

MEDIATIZAR EL AMBIENTE; AMBIENTALIZAR LOS MEDIOS. TENSIONES EN TORNO AL DISCURSO PERIODÍSTICO SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO

PABLO GAVIRATI

1. INTRODUCCIÓN

La mediatización y la ambientalización corresponden a dos procesos culturales emergentes que parecen converger en el periodismo ambiental. No obstante ello, es necesario reflexionar acerca de estos dos fenómenos para considerar si tienen un carácter complementario o existen también tensiones entre ambas perspectivas. Incluso, indagar la posibilidad de que sobrevengan contradicciones entre ambas corrientes, pues todo ello tiene gran importancia a la hora de decir si el periodismo puede tener algún grado de influencia para enfrentar una problemática tan compleja y acuciante como el cambio climático global.

Por tal motivo, resulta fundamental efectuar dos distinciones en relación con la definición misma del periodismo ambiental. La primera está basada en una investigación realizada justamente sobre la cobertura de tres diarios argentinos de la COP-15 de Copenhague, en diciembre de 2009, pero es también una apreciación necesaria como supuesto de toda investigación. Es decir, que se hace relevante explicitar dos tipos de categorías que pueden utilizarse:

1. El periodismo ambiental empírico.
2. El periodismo ambiental conceptual.

Es decir, nos estamos refiriendo en principio a dos fenómenos diferentes, aunque es necesario matizar la división puesto que esto no significa que actualmente no exista ningún periodismo ambiental que pueda ser considerado tal también desde

el punto de vista conceptual. Sin embargo, nos referimos a esto como un supuesto de la investigación, especialmente desde el punto de vista epistemológico. En un caso, proponemos, se trata del estudio dentro del discurso periodístico actual, y en el otro puede ser analizado desde el discurso de los movimientos sociales ambientalistas, desde el discurso político y, claro está, desde el propio discurso académico.

Por su parte, la segunda distinción apunta al centro del debate de la definición del periodismo ambiental. No obstante ello, también puede definirse como un supuesto de la investigación académica, en tanto toda teoría tiene cierto carácter normativo o valorativo. De tal modo, que puede entenderse al periodismo ambiental de dos maneras distintas, a saber:

1. El periodismo ambiental como especialización profesional,
2. El periodismo ambiental como renovación del periodismo.

En este punto, vale preguntarse por la relación entre ambas distinciones. Y en efecto, de modo hipotético postulamos que tal vinculación existe. Es decir, que pensar en el periodismo ambiental realmente existente o el conceptual influye a su vez en su tratamiento como una especialización del periodismo actual o como una potencial renovación integral del periodismo.

Para finalizar esta introducción, proponemos que esta doble diferenciación nos permite abordar de manera más específica aquella cuestión del rol del periodismo como agente clave en la generación de una “conciencia ecológica”. Por lo tanto, para establecer alguna conclusión en este sentido, se hace necesario recorrer aquel camino analítico. En la argumentación, el caso del tratamiento periodístico del cambio climático como problemática ambiental será otro de los ejes principales de este trabajo.

2. PUNTO DE PARTIDA: EL CAMPO ACADÉMICO DE LA COMUNICACIÓN AMBIENTAL

Para Stella Martini (2000), el campo de la comunicación se ubica en un lugar intermedio: entre los fenómenos culturales –más amplios- y la institución concreta del periodismo. En continuidad con esta apreciación, nos referiremos en este trabajo de manera general a la comunicación ambiental y de modo particular al periodismo ambiental.

La comunicación ambiental es tanto un ámbito de reflexión teórica como de intervención práctica. En tanto lo último, se la suele entender como una forma de generar una mayor “conciencia ecológica”, una manera de educación no formal en una

sociedad mediatizada. En tanto lo primero, puede considerarse una transdisciplina emergente, que parte desde el encuentro de las ciencias de la comunicación con otras ciencias ambientales.

Así, dentro de la denominación de comunicación ambiental encontramos tanto a los productores como los analistas. Esto, en ámbitos diversos que van desde las industrias culturales, como el cine, pasando por los medios masivos de difusión, hasta nuevas expresiones de internet como las redes sociales. Sin olvidar, tampoco, el rol imprescindible de las políticas de comunicación, así como los fenómenos de comunicación interpersonal.

Por lo tanto, el enfoque en el periodismo implica profundizar en sus particularidades, ponderándolo a su vez como uno de los productos más importantes en la esfera de la comunicación. En sociedades mediatizadas como las que encontramos desde la Modernidad, y en especial a partir de la segunda mitad del Siglo XX, el lugar de "los medios" es relevante (Ford, 1985).

En este contexto, por lo dicho hasta ahora, planteamos que la investigación académica sobre el periodismo ambiental todavía no es un campo consolidado. Esto es, que aún no existen conocimientos sólidos acerca de su especificidad, como en el aspecto del lenguaje utilizado, las fuentes autorizadas y especialmente el registro del largo plazo de los procesos socioambientales.

Es en este sentido que planteamos la primera distinción, entre designar como periodismo ambiental a aquel "realmente existente" de otro enfoque de carácter más conceptual. En realidad, todo ello sirve para aclarar un punto que debe ser supuesto de la investigación. ¿Cómo podemos distinguir entre una noticia que habla sobre un tema ambiental de una noticia que es comunicada desde una perspectiva ambiental?

La cuestión tiene diferentes aristas, pero aquí interesa enfocar que la palabra "ambiental" ya está cargada de múltiples interpretaciones. Es decir, se convierte en un objeto de la lucha ideológica, como podría entenderse desde las perspectivas de Bajtin / Voloshinov, entre otros. Ya lo dijo también Enrique Leff para el caso específico de los discursos ambientales.

"El saber ambiental no conforma una doctrina homogénea, cerrada y acabada; emerge y se despliega en un campo de formaciones ideológicas heterogéneas y dispersas, constituidas por una multiplicidad de intereses y prácticas sociales (...). Desde allí es posible aprehender el saber ambiental que se va configurando en el tejido discursivo del cambio global, en la disputa de sentidos y los intereses en conflicto que atraviesan el campo ambiental y las políticas de desarrollo sostenible..." (Leff, 2004:233).

De esta apreciación tomamos dos elementos importantes. Por un lado, este “saber ambiental” en términos de Leff no es una “doctrina homogénea”. Sin embargo, tampoco podemos decir que lo ambiental sea cualquier cosa, puesto que existe también una cierta “configuración” del saber ambiental. Por lo tanto, es necesario primero identificar los discursos que hablan de temas ambientales, de aquellos discursos que hablan desde un punto de vista ambientalista.

Solamente de este modo es que podemos responder a la pregunta anterior. Es decir, que debemos distinguir de las noticias que hablan de un tema ambiental desde la perspectiva del periodismo “estándar” o “predominante”, con las secciones clásicas como los periodismos económico, político y generalista, sobre todo. Desde este punto de vista se puede realizar una crítica al valioso trabajo de Federico Sangalli, cuando afirma en un estudio realizado sobre Argentina:

“La cobertura que hicieron los medios de la COP15 de Copenhague estuvo a la altura de las circunstancias. La Cumbre se llevó a cabo del 7 al 18 de diciembre, y durante esos días los tres medios sacaron una noticia por día con las novedades que iban surgiendo de las negociaciones que se llevaban adelante. El 14% del total de las noticias ambientales que se publicaron durante 2009 correspondieron a la Cumbre de Copenhague...” (Sangalli, 2010:646).

Si bien en el trabajo del año subsiguiente matiza esta posición, algo que retomaremos luego, desde este punto de vista se considera que son “noticias ambientales” aquellas que hablan del cambio climático. Y además a esto se lo considera positivo ya que la cobertura “estuvo a la altura de las circunstancias”.

Por lo tanto, la distinción anterior no resulta ociosa, sino que adopta un carácter explicativo. ¿Cómo es posible que cada vez haya más noticias que hablen sobre cambio climático, entre tantos otros temas, pero no se produzcan los cambios necesarios para revertir la crisis ambiental? La respuesta precisa una explicación compleja, pero una cuestión relevante tiene que ver con esta distinción, que ya trabajamos en un artículo reciente sobre el mismo caso argentino:

“Podrían establecerse dos maneras de entender el periodismo ambiental. La definición empírica habla del “periodismo realmente existente”. Es decir, aquel que se refiere a temas ambientales, como lo es el cambio climático. Si fuera así, la COP-15 tuvo una gran cobertura. La definición conceptual del periodismo ambiental se refiere a que esté fundada, sino sobre una sección, en una gramática discursiva o formación ideológica ambiental(ista). Adoptando esta última posición, uno de los resultados más evidentes del análisis es que el periodismo ambiental estuvo totalmente relegado, sino inexistente.” (Gavirati, 2012).

Por supuesto, como se discutirá más adelante, tampoco que el periodismo tenga una perspectiva “ambientalista” garantiza que haya una mayor formación de conciencia ecológica. Sin embargo, mucho antes de llegar a esta apreciación, desde el punto de vista del campo académico de la comunicación debemos señalar que no puede resultar indiferente para hablar de periodismo ambiental aquel discurso periodístico que incorpora el tema del cambio climático de forma similar que hablaría de cualquier otro tema, de otro discurso periodístico que señala al cambio climático como un problema complejo, que debe ser abordado desde los saberes ambientales.

En este sentido, el primer caso es el más usual, y define la forma en que el periodismo estándar incorpora dentro de su lógica a las temáticas ambientales, es decir, lo mediatiza. Mientras que el segundo significaría la ambientalización de las instituciones mediáticas, que daría paso al emergente “periodismo ambiental” strictu sensu, esto es, desde un punto de vista conceptual - ideológico. Entre lo que es y lo que puede ser existe una gran brecha, que consideramos fundamental en el abordaje de la crisis ambiental, dado que su resolución implica una clara intervención en el futuro (mediato o inmediato).

Llegados a este punto, una confusión puede surgir: ¿La definición empírica apunta a una investigación académica, mientras que la definición conceptual tiene un objetivo ideológico? Asumimos que no es así, y aclararlo es de relevancia. A primera vista, podría tratarse de dos agendas académicas. Sin embargo, nuestra perspectiva sobre el tema es que el propio concepto de “periodismo ambiental” implica una categorización que contiene cierto carácter ideológico, aunque sea implícito. Pero esto es así por el carácter valorativo de toda teorización.

Más importante aún, la tarea del investigador justamente es indagar correspondencias entre el plano conceptual, que es la dimensión teórica, con el plano empírico, donde se indaga en el corpus de trabajo. Es decir, como ya hemos visto se ha llegado a dos conclusiones diferentes trabajando el mismo caso de la cobertura de los diarios argentinos sobre la COP-15, y en este sentido la diferencia fue que la definición empírica estuvo fundada en una metodología básicamente cuantitativa, mientras que mi trabajo que dio paso a una definición conceptual se fundamentó en un análisis cualitativo del discurso.

A través de remarcar esta diferenciación, a la manera de la vigilancia epistemológica que propone Pierre Bourdieu, habrá diferentes posiciones posibles acerca de cuál es el fundamento para hablar de periodismo ambiental. Y, en este sentido, esto es un trabajo teórico, que no deja de tener también un trasfondo ideológico, porque la práctica científica está atravesada por la politicidad, como ya señalamos.

Para analizar a fondo esta cuestión, precisamos continuar con el siguiente punto, en donde también se pondrán en discusión las nociones de ciencia e ideología, en relación con el periodismo.

3. PERIODISMO AMBIENTAL: ¿ESPECIALIZACIÓN O RENOVACIÓN INTEGRAL?

Hasta aquí, hemos fundamentado que es importante diferenciar entre una aproximación del periodismo ambiental como el “realmente existente”, que hemos categorizado mejor para el caso argentino como aquellas noticias que hablan sobre un tema ambiental. Y, por el otro lado, un periodismo ambiental definido conceptualmente, es decir, que se corresponda con cierta visión ideológica del ambientalismo. Es posible que esta posición será considerada polémica, pero en este punto buscaremos argumentar mejor lo enunciado.

Tal vez la primera observación que puede realizarse, y que ya hemos adelantado en la introducción, es que puede existir hoy en día un periodismo ambiental que también pueda definirse como tal desde el punto de vista conceptual. Esto es cierto, porque como bien aclaramos nuestra diferenciación se hizo sobre todo estudiando el caso argentino, a través de los tres diarios más influyentes en la opinión pública. En este sentido, seguramente puede ser de otra manera en otros países, comenzando por España.

Sin embargo, lo que aquí justamente proponemos considerar es que esta aseveración (“hay países donde existe periodismo ambiental, conceptualmente hablando”), y que matiza la primera distinción señalada más arriba, está a su vez fundamentada en otra categorización sobre el periodismo ambiental. Con ello, nos referiremos a que el periodismo ambiental es una especialización del periodismo, lo cual nos proponemos discutir a continuación.

Como ya hemos mencionado, la misma definición de “periodismo ambiental” resulta aún polisémica, porque el término de “ambiente” se encuentra en el centro de una disputa ideológica. Aquí expondremos la segunda diferenciación de dos líneas principales entre las diferentes conceptualizaciones que circulan, ya sea desde trabajos académicos o de los propios periodistas.

Para una corriente de autores, la primera en aparición y en número, el periodismo ambiental es una especialización ocupacional, que podría manifestarse en una sección dentro de un medio. Esta definición es más frecuente en el ámbito profesional del periodismo, que incluso puede generar diferentes cursos de capacitación o servir como distintivo en el mercado laboral. De este modo:

“El periodismo ambiental es un tipo de comunicación especializada que requiere una preparación específica desde el momento en que debe lidiar con una gran variedad de conocimientos, muchos de los cuales exigen el dominio de informaciones de diversas ciencias y teorías, desde las físicas y naturales hasta las sociales y culturales” (ILC, 2010).

De hecho, este es el matiz que adopta el trabajo de Sangalli en un trabajo posterior, cuando se analiza justamente la COP-16, en donde pareciera que el “periodismo ambiental” se hubiera extinguido de un año para el otro. Aquí la explicación propuesta nos dice dice: “La falta de una sección ‘ambiental’ dentro del diario impide que los periodistas se dediquen exclusivamente a trabajar dichos temas”, y se realice un “seguimiento de las noticias” (Sangalli, 2011: 636).

Por su parte, una segunda corriente señala que el periodismo ambiental es una perspectiva distinta –más amplia- que atraviesa todas las secciones, y por ello puede fundamentar la creación de medios nuevos o la reformulación de los actuales. Esto queda claro al hablar de una visión integral:

“El Periodismo Ambiental es multidimensional y transversal, por lo cual más que una ‘especialización’ se puede entender como una ‘adecuación’ del periodismo, en contraposición a la palabra ‘especialidad’ que sugiere el desarrollo solo de una parte determinada de los procesos. Su amplitud se manifiesta en la interdependencia del conjunto de factores que abarca.

Al contrario de lo que muchos creen, este no es un periodismo enfocado en temas ecológicos solamente. La misma designación de ‘ambiental’ lo coloca frente a una extensa gama de múltiples referencias interrelacionadas, cuya interpretación no es posible si los datos son tomados por sí solos” (Flores Mora, 2010:39).

Lo interesante a señalar aquí, por otra parte, es que para la primera corriente el término de “periodismo ambiental” se habría elegido como forma de distinción del periodismo “ecológico”, ya que éste remitiría a una intención ideológica, que de por sí pareciera tener un sentido negativo. De este modo: “Los profesionales de la especialidad se desvinculaban de las confusiones que podía acarrear el nombre ‘ecológico’ por su carga ideológica y se reafirmaban en lo ambiental como un ejercicio profesional” (Fernández Reyes, 2002:148). Señalar esta caracterización del periodismo como un “ejercicio profesional”, fuera de todo contacto con las “cargas ideológicas”, constituye parte central de este trabajo.

Así, es preciso indicar que la disyuntiva que se señala está relacionada con otro debate: ¿el periodismo ambiental tiene un rol en la formación de una conciencia

ecológica? Este tema es abordado también por Rogelio Fernández Reyes en un trabajo más reciente (2011), y compartimos con él con una apreciación fundamental. Es “desde el exterior” del campo profesional periodístico que se promueve la responsabilidad de los medios en este sentido; mientras que en los propios periodistas existen posturas encontradas, que van desde el rechazo hasta el apoyo.

La cuestión, por supuesto, tiene posibles interpretaciones y puntos a considerar. Por un lado, el discurso que sostiene la “objetividad periodística” está presente, al mismo tiempo que se privilegia la función de “informar” como el rol de los comunicadores, sin considerar la influencia real de los medios a nivel político y social. Desde otro punto de vista, las noticias son mercancías para los medios masivos, que necesitan ir en la misma dirección que la corriente de ideas hegemónica para contar con un público amplio. Es decir, un mercado de consumidores para la pauta publicitaria de las empresas auspiciantes.

Por otra parte, desde las asociaciones de periodistas ambientalistas es más probable considerar el rol profesional de la formación de opinión pública. En el caso del periodismo ambiental, se trata de estimular la formación de una conciencia ecológica, como una extensión de la responsabilidad o la ética profesionales. La limitación que encontramos aquí puede ser una lectura idealista ingenua sobre la lucha de poderes que implica el debate ambiental. Pero aporta como gran contribución, explicitar que no existe tal objetividad, sino que siempre el periodista escribe desde un punto de vista subjetivo, que debe negociar con la línea editorial de su medio.

Otro hecho a considerar es que la sociedad actual no es necesariamente una “sociedad de masas”, sino que la heterogeneidad también implica, para la práctica periodística, la existencia de diversos “segmentos del mercado”. En este contexto, se alimenta la idea de que el periodismo ambiental es más bien una especialización profesional que se dirige a un público específico. La paradoja consiste así en que el periodista le habla a un lector que ya está interesado, y eventualmente “concientizado” sobre la problemática ambiental. Por lo cual, es un camino que también vuelve a hacer posible la visión aséptica del periodista como mero informador.

Es por ello que, desde los autores que sostienen la segunda visión sobre el periodismo ambiental, consideran que no debe restringirse a una sección, o un segmento del mercado. Por el contrario, lo ambiental debe incorporarse al periodismo tradicional, y así al “gran público” que lo consume. Se trata de que sea un movimiento cultural que transforme el periodismo, aunque sin dudas el límite aquí está en la dificultad estructural de que esto suceda. En una reflexión muy certera, la periodista Marcela Valente de la agencia IPS reflexiona sobre el boom del periodismo ambiental luego de la Cumbre Eco 92, y su posterior crisis:

“Cuando los anunciantes advirtieron el tenor de los cuestionamientos al sistema que trae consigo la mirada ambiental, retiraron sus apoyos y con ellos desaparecieron las páginas específicas y los programas “ecológicos” de televisión y radio pasaron a ocupar espacios marginales.

(...) pienso si el “periodismo ambiental” no habrá sido una trampa. Eliminadas las secciones verdes, los periodistas ambientales se sientan a esperar la catástrofe y nada cambia porque la redacción no se enverdeció. Sigue con las anteojerías puestas.

Me pregunto ¿por qué solo algunos periodistas deberíamos tener la perspectiva ambiental para analizar con mayor corrección el fragmento de realidad que nos toca en el reparto diario de tareas? ¿No será mejor que toda la redacción haga la necesaria –urgente, diría- actualización, capacitación, “upgrade” o como quieran llamarla?” (Valente, 2011).

Por supuesto, la postura de esta autora se inscribe dentro de la que denominamos segunda corriente, e incluso critica la misma etiqueta de periodismo ambiental. Pero el punto fuerte de todo ello es que diferenciar un “periodismo ambiental” como una sección específica implica al menos pensar en las relaciones que establece con otras secciones o géneros del periodismo actual.

En este punto, un caso de interacción que tiene particular relevancia es el que se establece con el periodismo científico. Si bien no se trata de una sección privilegiada del periodismo, e incluso los medios pueden tenerla o no, sí está mucho más presente en el imaginario, así como se emparenta con el género de la divulgación científica, presente también en revistas especializadas. En este punto, algunos autores dentro de la primera corriente señalan que el periodismo ambiental se trataría de un “sub-género”, una sub-especialización, del periodismo científico. De esta manera, por ejemplo:

- “La complejidad de los procesos de educación e información ambiental han exigido cada vez más, la especialización de los que se encargan de la divulgación ambiental, de ahí que se considere al Periodismo Ambiental una nueva rama del periodismo científico” (Padrón y Roselló, 2006).

Sin embargo, debemos considerar que esta inclusión de lo ambiental dentro de lo científico puede entenderse como una forma de subordinación propia del paradigma moderno. Esto nos vuelve a colocar en la discusión planteada por la posmodernidad o la modernidad reflexiva. Puesto que la crisis ambiental es en buena parte resultado de la propia institución científica – tecnológica, en combinación con el sistema económico capitalista.

En una línea similar, es interesante considerar los aportes de Stella Martini acerca de los (sub)géneros periodísticos –las secciones- en el libro *Periodismo, noticia y noticiabilidad*:

“Las secciones de los diarios remiten al sistema clasificatorio de la modernidad: con espacios que responden a los ámbitos de las actividades de las instituciones públicas, casi coinciden con las áreas en que se organiza la tarea gubernamental, privilegian los campos de la política (nacional e internacional) y la economía. Las noticias que tematizan problemas de la sociedad, la salud, la educación, el medio ambiente, etcétera, suelen incluirse en ‘información general’ o ‘sociedad’” (Martini, 2000:34).

Aquí, se puede en juego la apertura discursiva de esta época que, por otra parte, es inherente al paradigma ambiental que señala los límites del cientificismo moderno. Aquí, las menciones están realizadas dentro de una enumeración de los issues de la nueva agenda de la sección “Información General”. Entendiendo por supuesto que el periodismo construye a través del discurso buena parte de lo que la sociedad entiende como realidad social, es necesario preguntarse cuáles son las modalidades con la que los medios hablan de la temática. Esto, implica consolidar una visión crítica sobre la des-jerarquización de la noticia ambiental en el actual sistema mediático:

“Frente a la información económica o la política, la información ambiental parece que quieren que siga siendo de ‘segunda división’, como lo son también la información sobre asuntos sociales, ciencia y cultura. Y eso a pesar de que serán los problemas ambientales que ahora se vislumbran los que obligarán a frenar el actual sistema de desarrollo y a buscar políticas más sostenibles para garantizar la supervivencia sobre el planeta” (Guijarro, 2008:72).

Esta consideración también es asumida por los propios periodistas, como el caso de Mariana Aizen, quien trabaja en el diario *Clarín*. Refiriéndose en su trabajo a la deforestación, la contaminación y otros “temas ambientales”, señala: “Rara vez, estos temas ingresan a las ‘páginas de adelante’ del diario, que son las que marcan la agenda política, y se relegan a las de atrás, que tienen menos peso” (Aizen, 2011:609). También afirma que “no hay periodistas especializados en la cuestión” y los que lo hacen no tienen “reconocimiento profesional”.

En este sentido, resulta importante efectuar una observación metodológica en torno al análisis del discurso de la textualidad periodística, entendido dentro del marco de las ciencias de la comunicación. Así, podremos volver a considerar la cobertura periodística del cambio climático.

4. A MODO DE DISCUSIÓN: EL ABORDAJE DISCURSIVO – IDEOLÓGICO Y LA COP-15

Para la teoría de los discursos sociales, no existe estrictamente hablando “discursos ideológicos” sino que lo ideológico es una dimensión fundamental de todo discurso. Como aclara Eliseo Verón, se trata de que todo discurso enunciado elabora relaciones a nivel de las operaciones culturales con otros discursos, que actúan como condicionamiento productivo.

Esto último también está muy relacionado con el concepto de “contrato de lectura”, que es clave en el modo en que Verón analiza el discurso periodístico. Esto es, que el periódico busca establecer una relación de confianza, que se basa en compartir aspectos, asumibles a las mismas condiciones discursivas, tanto entre los temas de los que se escribe como especialmente por la forma en la que se encara el desarrollo de la información. Como ya hemos dicho, esto tiene un claro componente ideológico. Así lo analiza Martini: “Las modalidades que se usan y reconocen como adecuadas y legítimas para decir la noticia responden a una visión del mundo, por lo que el contrato se sustenta en una coincidencia (en diferentes grados) ideológica” (2000:106).

Este “contrato de lectura”, por lo tanto, estructura la relación entre un medio y su público. Una relación que es discursiva, pero también social de una manera más amplia. Es decir, que el discurso periodístico está asentado en un soporte institucional, con ciertos condicionamientos sociales que corresponden a la prensa moderna. Héctor Borrat, escribe: “Entiendo por periódico independiente a todo aquel que (...) se define y actúa en función de sus objetivos permanentes de lucrar e influir, excluyendo toda relación de dependencia estructural respecto de cualquier otro actor que no sea su empresa editorial” (1989:9).

Es así que esta influencia será tomada por nosotros a través del concepto de línea política editorial, desde la que señalaremos a la gramática discursiva de cada diario, en referencia a las formaciones ideológicas de las que se nutre. En este punto, como aplicación operativa, será muy importante la identificación de las fuentes utilizadas, así como la valoración que se les da. También será importante la descripción de las secciones utilizadas para la cobertura y el modo en que se desarrolla la tematización del cambio climático en los distintos diarios.

En este sentido, debemos recordar que la identidad de un medio no está tan solo en el qué dice, ponderando allí las operaciones de inclusión, exclusión y jerarquización mencionadas por Borrat, sino también en el cómo lo dice: la modalización habla también de cierta jerarquización pero nos presenta otras características

importantes. Por ello, entonces, estamos de acuerdo con Martini, como ya hemos citado, que el contrato de lectura tiene que ver con la participación en un mismo verosímil que habla de una coincidencia ideológica.

Así, la sección actúa como gramática productiva del discurso periodístico. Es decir, que no resulta lo mismo escribir una noticia para la sección de "Sociedad" que para la de "Política". Sin embargo, esto no significa que sea el único condicionamiento ni el más importante, ya que existen también otros factores a considerar. En primer lugar, la línea editorial del diario, que puede representar cierta formación ideológica particular.

Por lo tanto, es posible también considerar que cada sección responda a una cierta formación ideológica diferente. Aquí, deben hacerse dos consideraciones. Por un lado, que el discurso de la sección difícilmente pueda escaparse de las orientaciones generales de la línea editorial del medio. Y, por otro, que estas diferencias pueden contemplarse, bajo la fórmula del pluralismo, pero siempre puede mediar una jerarquización de las distintas secciones.

Si consideramos todo esto, la primera corriente del periodismo ambiental como especialización, como una sección del periodismo actual, significaría que debe analizarse su relación con las otras secciones, que depende de la línea editorial global del medio. Por la otra parte, la segunda corriente implica que el periodismo ambiental es justamente esta línea editorial, es decir, el propio contrato de lectura, que como ya vimos estructura ideológicamente el medio.

Volvemos, entonces, al caso concreto de Copenhague 2009. Los estudios previos nos señalan la siguiente situación:

"...nos encontramos con diferencias marcadas en distintos medios de comunicación en el tratamiento informativo del cambio climático. Mientras que unos medios le otorgan una importancia relevante, otros minimizan sus consecuencias. Estas diferencias están presentes en el panorama internacional y tienen mucho que ver con la construcción que la ciudadanía se está haciendo de este reto ambiental. Su conocimiento es vital a la hora de abordar dicho reto". (Fernández Reyes, 2010:3).

Desde nuestro punto de vista, estas apreciaciones tienen que ver justamente con el contrato de lectura de los medios, que se corresponde con su visión ideológica. Y por ello el trabajo de Fernández Reyes elabora muy bien este punto, puesto que se explicita la elección de los diarios elegidos:

"...porque se acercan a los modelos de cosmovisión sociopolítica de los cuatro principales partidos europeos: *El Mundo*, *El País*, *Libertad Digital*, y *El*

Ecologista son, ideológicamente, referentes del conservadurismo, la social-democracia, el liberalismo y el ecologismo". (Fernández Reyes, 2010:3 y 4).

Como ya hemos sostenido, entonces el diario *El Ecologista*, justamente, es el único medio que trabaja desde la perspectiva del periodismo ambiental, desde una visión conceptual integral. En un nivel más amplio, Anabela Carvalho, citada por Fernández Reyes, insiste también en estar alertas acerca de la relación entre los medios y sus fuentes, así como la noción en general de "autoridad" en el relato periodístico. Aquí se vuelve a poner en juego el rol de la ciencia, que entre los especialistas de cambio climático tienen una gran influencia. En sus palabras:

"...la ideología está presente a la hora de interpretar los hechos, reconocer agentes científicos, o proponer unos objetivos. Igualmente es clave para interpretar la ciencia como una fuente de conocimiento con autoridad o rechazable" (2010: 17 y 18).

Para nosotros, los condicionantes ideológicos también subyacen al contrato de lectura de un medio, aunque esto se encuentra también atravesado por otras variables. Una de ellas, justamente, es la organización de un periódico entre las distintas secciones que lo componen. Otra posible, por supuesto, es también la propia subjetividad del periodista, que tiene el deber, en gran parte, de seguir la línea editorial del medio en el que trabaja, pero esto no siempre es así ni se cumple de manera uniforme.

5. ALGUNAS CONCLUSIONES PROSPECTIVAS

Queremos destacar aquí el hecho de que las distinciones realizadas en torno al periodismo ambiental se articulan en una reflexión común. El periodismo ambiental entendido como la incorporación del tema ecológico en la lógica mediática, como una especialización, está más cerca de lo que sucede en la actualidad. Por lo tanto, de la definición del periodismo "realmente existente". Y, desde este punto de vista, las demandas sociales, sobre todo de los ambientalistas, de que los medios generen una conciencia ecológica, enfrenta un claro límite. Esto se explica por la consideración del diario como actor político, y económico, según menciona Borrat.

Por supuesto, esta distinción que proponemos no deja de ser arbitraria. Por todo ello, resulta factible sugerir una línea de investigación que indague sobre las ventajas comparativas de que se desarrollen una sección propia, o bien que lo ambiental atraviese a todo el medio. A su vez, tampoco la diferenciación entre dos corrientes es "pura", sino que desde un pensamiento que tome en cuenta la praxis, puede considerarse que se trata de etapas históricas. Es decir, que una puede ser el origen

de otra (desde lo diacrónico), o que las dos se retroalimente (desde lo sincrónico). Mi postura, en su momento, fue cercana a este enfoque dialéctico:

“La sección en sí puede contener con mayor consistencia una formación ideológica definida no solo por la temática, sino por su retórica y sobre todo por una enunciación especial. Así también, es desde este lugar que se puede incorporar la conciencia ambiental a todo el medio, con el desafío de que la política editorial permita el crecimiento de una especialidad que per se implica la denuncia de poder económico concentrado” (Gavirati, 2008).

Esto significa, justamente, que en el actual contexto histórico, el periodismo ambiental surge primero como un tema más, que puede consolidarse a través de una sección. No obstante, la propia dinámica social y los cambios culturales que exceden a las instituciones denominadas “medios de comunicación” pueden permitir que, a partir del impulso de esta sección, el medio se “ambientalice”. Todavía es temprano para denominar a esto una tercera corriente, pero implica reconocer al menos el carácter histórico de toda definición.

Este matiz que incorpora de modo mayor la historicidad de los procesos, nos permite a su vez considerar desde una perspectiva sociológica una mirada sobre el cambio cultural emergente en las últimas décadas. Así, la actual etapa histórica que algunos denominan “posmodernidad” y otros “modernidad reflexiva” (sobre todo nos interesan los trabajos de Ulrich Beck), implica el fin de los “grandes relatos”. Llevado al ámbito periodístico, esto significa la apertura hacia una diversidad de discursos que, por supuesto, aún está por definirse si se trata de una tendencia fuerte, o simplemente un reajuste coyuntural. Podemos seguir, en este punto, la reflexión de Stella Martini:

“Las nuevas tendencias o nuevos problemas (new issues) en las agendas públicas se constituyen en temas que se resisten a los encasillamientos tradicionales. Algunos comienzan a constituir zonas fijas en la agenda de los diarios [...] y de la televisión [...], y de la sociedad (así sucede con el conjunto formado por la ciudad, la seguridad, el tránsito, la calidad de vida, la ecología, o también con el de género [...]). Esto se corresponde con nuevas necesidades de la opinión pública” (Martini, 2000:39).

Pensamos, entonces, que el periodismo ambiental se entiende actualmente como un tema (issue) dentro de los medios. Esto significa, sobre todo, que la temática ambiental está incorporada de manera subordinada dentro de diferentes secciones. Es por ello que puede estar tratada, o no, desde la perspectiva del “periodismo ambiental”, según lo entendería la segunda corriente. Es decir, lo importante es analizar cómo se realiza la integración de una temática o incluso una sección

ambiental con las “secciones tradicionales”, como el periodismo político, económico o generalista.

Así, el análisis del periodismo realmente existente es posible, pero no debe dejar de tener en claro que se trata del estado actual en que se incorpora la temática ambiental a la lógica mediática. Por la otra parte, la ambientalización de los medios puede comenzar con una sección. Para ser completa, debe llegar a ser la línea editorial de un medio.

6. REFERENCIAS

- BORRAT, Héctor (1989): El periódico actor político, GG Comunicación, Barcelona.
- DIRIK, A. y GELDERS, D. (2010): “Ideologies overruled? An explorative study of the link between ideology and climate change reporting in dutch and French newspapers”, *Environmental Communication*, Vol. 4, N° 2, junio de 2010.
- ESTEINOU MADRID, Javier (2000, mayo - julio): “Ecología, medios de comunicación y cambio de conciencia humana”, *Razón y Palabra*.
- FERNÁNDEZ REYES, Rogelio (2002): “En torno al debate sobre la definición del periodismo ambiental”, *Ámbitos*, N° especial 9-10, 2° semestre 2002- Año 2003. Pp. 143- 151.
- FERNÁNDEZ REYES, Rogelio (2010, octubre): “Irrupción mediática y representación ideológica del cambio climático en España”, en *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Recuperado el 15 de septiembre de 2011 de www.eumed.net/rev/cccss/10/
- FERNÁNDEZ REYES, Rogelio (2011, marzo): “La función formativa o educativa en el periodismo ambiental”, *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, Sevilla. Recuperado el 21 de septiembre de 2011 de www.eumed.net/rev/cccss/11/
- FERRETTI, Edmundo (2009): “Periodismo, Comunicación y Ambiente”, en Ferretti, E., González, L. y Useglio, P. (comp.) (2009): *Comunicar el Ambiente. Una nueva experiencia pedagógica*, Ediciones de Periodismo y Comunicación, La Plata.
- FLORES MORA, Cinthya (2010): “Una aproximación al Periodismo Ambiental: tendencias regionales y claves para un mejor ejercicio de la profesión” en Trotti y González Rodríguez, *Periodismo ambiental. Riesgos y oportunidades en la cobertura periodística*, SIP.
- FORD, Aníbal (1985): “Literatura, crónica y periodismo”, en Ford, , Rivera y Romano, *Medios de comunicación y cultura popular*, Buenos Aires, Legasa.

- GAVIRATI, Pablo (2008): "La Comunicación Ambiental: desafío de las Ciencias Sociales", Actas de las Jornadas Académicas 2008 de la Carrera de Ciencias de la Comunicación (UBA), Facultad de Ciencias Sociales - UBA, 30 y 31 de octubre y 1º de noviembre de 2008.
- GAVIRATI, Pablo (2012): "Periodismo local y cambio climático global. Análisis discursivo de la COP-15 en la prensa argentina", Revista Razón y Palabra, N° 79, mayo - julio de 2012.
- LEFF, Enrique (2004): "Ecología política y saber ambiental", en LEFF, Racionalidad ambiental. La reapropiación social de la naturaleza, Siglo XXI, México. PP. 232 a 297.
- MARTINI, Stella (2000): Periodismo, noticia y noticiabilidad, Norma, Buenos Aires.
- MARTINI, Stella (2007): "Agenda de la sociedad y agenda de los medios", en Luchessi y Rodríguez (comp.): Fronteras globales. Cultura, política y medios de comunicación, La Crujía, Buenos Aires.
- PECHEUX, M. (2003): "El mecanismo del reconocimiento ideológico", en ZIZEK, (comp.), Ideología, un mapa de la cuestión, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- VALENTE, Marcela (2011): "Periodismo ambiental como mirada de la realidad", Jornadas Interjurisdiccionales de Comunicación Ambiental, Fundación Patagonia Natural.
- VERÓN, Eliseo (1985): "El análisis del 'contrato de lectura', un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media", en Les medias: Experiences, recherches actuelles, applications, IREP; París, Edición del Centro de Estudiantes de Ciencias Sociales, UBA.
- VERON, Eliseo (1984): La semiosis social, Editorial Gedisa, México, 2004.