

2013

## La producción de noticias ambientales en la prensa local argentina: agenda periodística y criterios de noticiabilidad

Luis González Alcaraz

*Doctorando en Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires; becario del CONICET*

Follow this and additional works at: <https://rio.tamiau.edu/gmj>

---

### Recommended Citation

González Alcaraz, Luis (2013) "La producción de noticias ambientales en la prensa local argentina: agenda periodística y criterios de noticiabilidad," *Global Media Journal México*: Vol. 10 : No. 20 , Article 2. Available at: <https://rio.tamiau.edu/gmj/vol10/iss20/2>

This Article is brought to you for free and open access by Research Information Online. It has been accepted for inclusion in Global Media Journal México by an authorized editor of Research Information Online. For more information, please contact [benjamin.rawlins@tamiau.edu](mailto:benjamin.rawlins@tamiau.edu), [eva.hernandez@tamiau.edu](mailto:eva.hernandez@tamiau.edu), [jhatcher@tamiau.edu](mailto:jhatcher@tamiau.edu), [rhinojosa@tamiau.edu](mailto:rhinojosa@tamiau.edu).

# LA PRODUCCIÓN DE NOTICIAS AMBIENTALES EN LA PRENSA LOCAL ARGENTINA: AGENDA PERIODÍSTICA Y CRITERIOS DE NOTICIABILIDAD

**Luis González Alcaraz**

Universidad de Buenos Aires

## Resumen

*El presente trabajo tiene por objetivo presentar los avances empíricos de un estudio sobre los criterios que un grupo de periodistas de la ciudad argentina de Rosario utilizan en la producción de noticias ambientales. Se trata de una investigación cualitativa que ha recurrido al uso de entrevistas semiestructuradas con periodistas locales para indagar la relevancia que los temas vinculados al medio ambiente poseen en la agenda periodística, así como los criterios de noticiabilidad asociados a la producción de textos informativos sobre dichos temas. Los resultados obtenidos apuntan que las cuestiones ambientales poseen una baja relevancia en el entramado de prioridades que los periodistas deben abordar en su trabajo cotidiano, y que el interés noticioso de los mismos aumenta cuando se vinculan a la idea de "desastre"; además, se apunta que ciertos intereses políticos y económicos juegan un rol fundamental en los procesos de producción de noticias sobre medio ambiente.*

**Palabras clave:** Periodismo, agenda periodística, noticiabilidad, medio ambiente

## Abstract

*This paper aims to present the empirical results of a study concerned with the criteria that a group of journalists from the city of Rosario, Argentina, used in the production of environmental news. This is a qualitative research in which semi-structured interviews with local journalists have been utilized to investigate the relevance of environmental issues on the journalistic agenda and newsworthiness criteria associated with the production of informational texts on these subjects. The findings suggest that environmental issues have low relevance in the set of priorities that journalists address in their daily work, and that the newsworthiness of these issues, increases when associated with the idea of "disaster"; additionally it is noted that certain political interests and some economic constraints play a fundamental role in news production processes pertaining to environment issues.*

**Keywords:** Journalism, news agenda, newsworthiness, environment

## Introducción

Autores como Anders Hansen (1991) y John Hannigan (2002) subrayan que en los países industrializados la cobertura mediática sobre el medio ambiente<sup>1</sup> creció de forma relevante hacia finales de los años sesenta y principios de los setenta del siglo pasado. Desde entonces, los temas ambientales en los contenidos noticiosos han tenido una presencia errática. Generalmente se han registrado picos de gran cobertura durante la ocurrencia de catástrofes, grandes movilizaciones sociales o eventos políticos de resonancia internacional. Por otro lado, la temática ha permanecido estancada durante lapsos en los que no ocurre algo *extraordinario*. En ese sentido, suele haber cierto consenso académico en que las cuestiones ambientales han estado presentes en los contenidos informativos de forma esporádica y fragmentada, fuertemente apegadas a la agenda política, científica y a los reclamos y denuncias de los grupos y movimientos ambientalistas; así como relegadas a un segundo plano respecto de otros asuntos que podrían considerarse menos prioritarios para la vida humana (Hannigan, 2002; Alcoceba Hernando, 2004; González Cruz, 2007).

En América Latina es posible que la situación no sea muy diferente. Por ejemplo, en Argentina “los suplementos verdes tendieron a desaparecer de los diarios nacionales” hacia el año 2000, así como los medios especializados en temas ambientales. González y Manasanch (2009) apuntan que de 47 periódicos analizados en un estudio reciente, sólo cinco producían un suplemento de ecología con una frecuencia semanal y

un sexto producía un suplemento mensual. “A diferencia de los grandes diarios del mundo”, agregan, “que cuentan con secciones específicas y permanentes, la problemática ambiental no aparece hoy en la Argentina con una presencia estructurada en los medios gráficos, radiales y televisivos” (pp. 100-101).

No obstante, en términos de socialización y problematización de las cuestiones ambientales, los últimos años han sido particularmente prolíficos en el contexto argentino (Merlinsky, 2009). Los debates generados en torno a las explotaciones mineras en las provincias de Chubut, Río Negro, Catamarca, La Rioja, San Juan, Mendoza y Tucumán; o las discusiones por la disposición de residuos en la Región Metropolitana de Buenos Aires; o la realización de juicios demandados por *pueblos fumigados* con agrotóxicos en la provincia de Córdoba; o el caso de las inundaciones con resultados catastróficos en las provincias de Buenos Aires y Santa Fe; así como el conflicto entre los gobiernos de Uruguay y Argentina por la instalación de plantas de procesamiento de celulosa en los márgenes del Río Uruguay, entre otros fenómenos vinculados a la ocurrencia de desastres y conflictos con impactos sociales, económicos y políticos, han contribuido a que la cuestión ambiental ingrese con mayor frecuencia en la agenda de los medios de comunicación tradicionales en la Argentina.

Así, en un contexto en el que lo ambiental parece vislumbrar un relativo protagonismo mediático mientras es acompañado de una cierta conflictividad social o ante determinados eventos dramáticos, cabe preguntarse ¿cuál es la relevancia que los periodistas de los

---

<sup>1</sup> Como sinónimos de medio ambiente, se usarán a lo largo del texto las palabras medioambientales, o ambientales.

medios tradicionales otorgan a las cuestiones ambientales en la agenda periodística? ¿Cuáles son sus representaciones sobre el interés del público y del lugar que ocupan los temas vinculados al medio ambiente en la agenda política? ¿Qué factores obstruyen y cuáles posibilitan la producción de noticias ambientales?

Los avances de investigación que aquí se presentan exploran esas interrogantes con el objetivo de dar cuenta de la prominencia que las cuestiones ambientales -según la perspectiva de periodistas locales- poseen en la agenda mediática, pública y política; al mismo tiempo, se buscó indagar cuáles son los factores que intervienen para que los temas vinculados al medio ambiente ingresen al universo informativo; es decir, cuáles son los *criterios de noticiabilidad* que los periodistas utilizan en su quehacer profesional. Cabe aclarar que el análisis se enfoca en las percepciones de periodistas sobre la relevancia del tema ambiental en el contexto del quehacer periodístico, no en la percepción sobre determinados temas o problemas medioambientales.

Se ha propuesto indagar a los periodistas porque estos resultan actores relevantes en la construcción social de los problemas y cuestiones ambientales (Hannigan, 2002). Ellos poseen el poder simbólico para producir y reproducir una diversidad de discursos en torno al medio ambiente, es decir, construyen representaciones que son puestas en circulación en el espacio público. Es a través de los productos que los periodistas elaboran que la mayoría de las personas logra conocer mucho de lo que sucede más allá de su entorno inmediato.

Empíricamente, se ha tomado como caso de estudio a periodistas locales de los diarios *La Capital* y *El Ciudadano*, ambos de la ciudad argentina de Rosario. Ello porque la investigación se inscribe en un proyecto mucho más amplio sobre la política ambiental en dicha ciudad<sup>2</sup>. Además, porque *La Capital* es uno de los más prestigiosos de entre los diarios locales en el país. También, porque existe en la ciudad de Rosario una activa participación de organizaciones de la sociedad civil que constantemente promueven la discusión de los temas ambientales y la construcción de políticas en la materia, lo que supone una cierta visibilidad de las cuestiones ambientales en la agenda pública.

Parte de la relevancia del trabajo radica en su contribución a la construcción de conocimiento sobre las relaciones periodismo y medio ambiente en las sociedades latinoamericanas contemporáneas. Así, interesa aportar elementos para la comprensión de los procesos de producción de noticias ambientales, un área de estudio con amplias necesidades y posibilidades de exploración.

## **Marco teórico**

### ***Agenda mediática y criterios noticiosos***

El rol de los medios de información ante las cuestiones ambientales no debe interpretarse como un proceso lineal mediante el que un problema *emerge* y simplemente es reflejado en los

---

<sup>2</sup> El proyecto se titula: “*Política ambiental y cambio climático: La tensión entre la problemática global y las estrategias de acción locales. El caso Rosario*”. Acreditado en la Secretaría de Ciencia y Técnica y radicado en la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la UNR y dirigido por la Dra. Mirta Geary.

contenidos noticiosos (Hansen, 1991). Más bien, puede decirse que los medios de comunicación participan en complejos procesos en los que intervienen múltiples factores socioculturales, económicos o políticos que definen la producción de noticias. Es decir, los acontecimientos y las cuestiones ambientales no se transforman en noticia solamente por sus características objetivas, sino que son atravesados por las relaciones sociales que les otorgan sentido. Los procesos productivos de la actividad periodística forman parte de esas dinámicas sociales.

En los antecedentes sobre los estudios de los imaginarios sociales sobre el medio ambiente y su articulación con los medios de información masiva sobresalen dos líneas de investigación complementarias; por un lado, la que analiza los vínculos entre agenda mediática y agenda pública; por el otro, la que indaga sobre los procesos de construcción de la noticia, focalizando sobre las rutinas productivas y los procesos de selección de información (Cimadevilla, 2003, p. 108).

La primera se refiere a la hipótesis de la *agenda setting* (Wolf, 1987), la cual subraya que los aparatos informativos tienen una influencia relevante para definir los temas que se consideran más relevantes por el público. Desde dicha perspectiva se sostiene que los medios de comunicación tienen la capacidad de instalar en las personas la idea de que aquellos asuntos que incluyen en sus contenidos noticiosos son los más relevantes de la vida social. Así, dado que la experiencia directa es limitada, gran parte de aquello que las personas conocen sobre el mundo natural y social está definido por la información que reciben a través de los medios de información (Wolf, 1987; McCombs y Evatt, 1995).

En dicho contexto, los periodistas no sólo son actores clave en los procesos de producción de las noticias, sino que, siguiendo a Peter Berger y Thomas Luckmann (2001), son actores relevantes en los procesos de *construcción social de la realidad*. Mediante el ejercicio de su profesión, los periodistas producen relatos noticiosos que a su vez construyen sentidos en el espacio público, es por ello que sus percepciones y valoraciones sobre las cuestiones ambientales resultan relevantes como objeto de estudio.

La segunda línea de investigación se refiere a los aportes de la sociología de las noticias, representada por la corriente del *newsmaking*, la cual subraya que la noticia es una construcción fuertemente condicionada por las rutinas productivas y la cultura profesional de los periodistas. Ello, porque recabar la información, seleccionarla y presentarla de determinada manera “involucra rutinas y procesos de trabajo articulados que se vuelven significativos para la maquinaria industrial mediática” (Cimadevilla, 2003, p. 109). Entender la noticia como una construcción social, implica, siguiendo a Shoemaker (2006), reconocer que son las decisiones humanas las que determinan si un evento o asunto es noticiable o no y qué se puede hacer con él. Así, la noticia es ante todo el resultado de la toma de decisiones y de procesos sociales de negociación.

En efecto, para que un acontecimiento se transforme en noticia debe pasar por una pautada cadena de montaje que incluye la intervención de una serie de criterios y rutinas de producción que pueden estar definidos por las características atribuidas al acontecimiento o asunto, por la calidad y disponibilidad de la información, los formatos técnicos de los medios, por las

percepciones y creencias del propio periodista, los valores profesionales compartidos, los intereses editoriales del medio informativo, las visiones o presiones de las fuentes, y en última instancia, por una mezcla de todos estos y otros factores políticos, económicos, sociales y culturales.

Desde dicho marco, un componente relevante para el análisis de los procesos de producción de la noticia es el concepto de *noticiabilidad* (*newsworthiness*, en inglés). Para Mauro Wolf la *noticiabilidad* funciona como una especie de instrumento a través del cual “los aparatos de información abordan la tarea de elegir cotidianamente, entre un número imprevisible e indefinido de acontecimientos, una cantidad finita y tendencialmente estable de noticias” (1987, p. 216). Desde esta perspectiva, los criterios de *noticiabilidad* resultan un conjunto de elementos indispensables por medio de los cuales los aparatos informativos “controlan y gestionan” la cantidad y el tipo de acontecimientos –o asuntos- de los que serán producidos las noticias (Wolf, 1987, p. 222).

Tales criterios tendrían la función de simplificar la producción informativa, pues funcionarían como guías o pautas que permiten orientar el trabajo periodístico para definir qué cuestiones son más o menos susceptibles de interés noticioso y cuál es el tratamiento que se les dará en el contexto del medio de comunicación para el que se producen. En esa línea, Martini (2000) señala que los “criterios de *noticiabilidad* constituyen un conjunto de condiciones y valores que se atribuyen a los acontecimientos, que tienen que ver con órdenes diversos” (p. 85) y que en el contexto de la organización del trabajo representan formulaciones prácticas que facilitan la producción de noticias.

En síntesis, la *noticiabilidad* se refiere aquí a un universo amplio de criterios en el que se incluyen todos aquellos aspectos que desde la óptica del quehacer periodístico intervienen a lo largo del proceso de producción de la noticia. Dichos criterios funcionarían tanto durante el proceso de recolección de los acontecimientos o asuntos, así como durante las etapas de selección y presentación de la información periodística. En este caso, el análisis se centra en la observación de los criterios que intervienen en la recolección de aquellos asuntos que podrían convertirse en *noticia*; entendida por tal como la construcción de una particular representación social de la realidad elaborada bajo criterios o parámetros de la actividad periodística.

En términos operativos se entiende por *agenda mediática*<sup>3</sup> al conjunto de cuestiones que son incluidas en los contenidos noticiosos. Mientras que las rutinas productivas hacen referencia a las múltiples operaciones de producción de información periodística desarrolladas de forma cotidiana que permiten recoger la información, seleccionarla y presentarla de una determinada manera, y que a su vez contribuyen a construir la agenda. Así, teóricamente se asume que las percepciones de los periodistas sobre la relevancia de los temas medioambientales forman parte de los criterios de *noticiabilidad* e intervienen en los procesos rutinarios con los que se construyen las noticias que ingresan a la agenda informativa.

Finalmente, en este trabajo se adopta la definición de medio ambiente propuesta por Marcos Reigota (1991), quien lo define como “un lugar determinado o percibido donde los elementos naturales y sociales están en

<sup>3</sup> Se usará como sinónimo *agenda periodística*.

relaciones dinámicas y en interacción”, y cuyas “relaciones implican procesos de creación cultural y tecnológica y procesos históricos y sociales de transformación del medio natural y construido” (p. 36, traducción propia). En ese sentido, se asume que los acontecimientos y las cuestiones ambientales no se transforman en noticia solamente por sus características objetivas, sino que son atravesados por las relaciones que menciona Reigota. Los procesos productivos de la actividad periodística forman parte de esas dinámicas sociales. En ellos intervienen los propios aparatos informativos, pero también una diversidad de actores que de un modo u otro pueden influenciar la construcción de noticias ambientales y su instalación en la agenda mediática.

## Método

Los avances de investigación que aquí se presentan se obtuvieron tomando como caso de estudio a un conjunto de periodistas de los diarios locales *La Capital*<sup>4</sup> y *El Ciudadano*<sup>5</sup>, ambos de la

---

<sup>4</sup> Aunque su zona de influencia radica en la ciudad de Rosario, el diario *La Capital* es uno de los periódicos locales más prestigiosos del país. De acuerdo al Instituto Verificador de Circulaciones (IVC) en la Argentina, tiene un promedio de circulación diaria de lunes a domingo de 38.404 ejemplares. Por otra parte, su página web es el sitio de Internet más visitado en la ciudad de Rosario. Además, es el primer periódico de extensa trayectoria que se mantiene vigente hasta hoy en Argentina; su puesta en circulación data de un 15 de noviembre de 1867.

<sup>5</sup> El nombre completo del diario es *El Ciudadano & La Gente*, aunque regularmente se le conoce e identifica con la primera parte del nombre. Este es un diario de reciente fundación. Surge en octubre de 1998 con la idea de competir con *La Capital* para llegar a ser el “diario de cabecera” en la ciudad de Rosario, misma que en el contexto de inicios del siglo XXI aspiraba a

ciudad de Rosario, provincia de Santa Fe, Argentina. Se entiende aquí que la selección de un caso de estudio corresponde a un “siempre subjetivo y parcial recorte empírico y conceptual de la realidad social, que conforma un tema y/o problema de investigación” (Neiman y Quaranta, 2006, p. 218). Así, la selección del caso de estudio ha sido intencionada, dado que a nivel local los medios en los que ejercen su profesión los entrevistados son dos instituciones reconocidas en materia de periodismo gráfico.

A diferencia de técnicas cuantitativas como el sondeo o la encuesta, en las que es posible utilizar una selección de la muestra mediante operaciones probabilísticas, se recurrió a un muestreo de tipo intencional. Los entrevistados han sido seleccionados tomando como base criterios de heterogeneidad y representatividad en relación al tema de estudio. Es decir, se entrevistó a *actores clave* (Piovani, 2010) dentro de las redacciones. De este modo se buscó que la población a entrevistar estuviese integrada por periodistas o reporteros que usualmente hayan producido noticias sobre temáticas medioambientales, así como por periodistas con diferentes niveles jerárquicos, incluyendo jefes de redacción, editores o jefes de sección.

La selección de entrevistados se vio limitada debido a que son muy pocos los periodistas que suelen escribir sobre

---

convertirse en un polo distintivo para la atracción de inversiones en el marco del Mercado Común del Sur (MERCOSUR). Su influencia como medio de comunicación puede suponerse menor a la del que considera su principal competidor, de hecho ni siquiera aparecía en la base de datos del Instituto Verificador de Circulaciones. Pero como tirada inicial se anunciaba en fechas previas a su lanzamiento que tendría una circulación diaria de 25 mil ejemplares (Reinoso, *La Nación*, 5 de octubre de 1998).

cuestiones ambientales, y a que la realización de las entrevistas quedó sujeta a la disponibilidad de los periodistas contactados. Los mismos fueron seleccionados a partir de una revisión exploratoria de los contenidos de los diarios para detectar aquellos que cubrieron temas vinculados al medio ambiente durante 2010. En total se concretaron durante marzo de 2011 siete entrevistas; cuatro con periodistas de *La Capital* y tres con comunicadores de *El Ciudadano*. Cabe aclarar que los entrevistados no se dedican exclusivamente a la cobertura de temas vinculados con el medio ambiente, sino que entre la diversidad de cuestiones que suelen reportar eventualmente se encuentran también las medioambientales.

Como estrategia de recolección de datos se recurrió al uso de *entrevistas cualitativas* (Taylor y Bogdan, 1987). Estas se utilizan “cuando se busca acceder a la perspectiva de los actores, para conocer cómo ellos interpretan sus experiencias en sus propios términos” (Piovani, 2010, p. 220). Mientras que para la sistematización y análisis de los datos se utilizó el proceso de *codificación abierta*, como sugieren Strauss y Corbin (2002) para la teoría fundamentada en datos (*grounded theory*, en inglés). Ello implica codificar el texto sometido al análisis a partir de las propiedades del mismo, para posteriormente agrupar los códigos en categorías que permitan ordenar el análisis.

Como se verá, la identidad de los entrevistados ha sido reservada, tal y como fue pautada con algunos de los entrevistados; incluso, se ha optado por no incluir nombres ficticios ni referencias a los cargos específicos dentro de las empresas mediáticas, dado que

posibilitarían una fácil identificación. Además, en tanto no se han observado diferencias sustanciales entre las opiniones de los periodistas de uno y otro diario se optó por trabajar las entrevistas con una visión de conjunto. Así, todos los entrevistados son identificados genéricamente con la categoría *periodista*. Los extractos de las entrevistas que se citan en el trabajo se encuentran entre comillas y en letra cursiva. Además, en los casos que ha sido necesario complementar alguna cita textual con la idea de clarificarla, se han colocado los añadidos entre corchetes.

## Resultados

Si bien los criterios de noticiabilidad mediante los que se construyen las noticias no funcionan de forma aislada y se encuentran interrelacionados, por motivos analíticos y de presentación del trabajo, el mismo se subdividió en cinco categorías principales surgidas a partir de las entrevistas: a) Criterios vinculados al quehacer periodístico; b) Criterios vinculados a los acontecimientos; c) Criterios vinculados al interés del público; d) Criterios vinculados a la agenda política; y e) Criterios vinculados al poder económico. En cada una se observará, a veces implícitamente, a veces explícitamente, aspectos que tienen que ver con alguna de las otras, de ahí que podamos considerarlos una red de criterios de noticiabilidad. Los resultados obtenidos a partir de las entrevistas se describen en los siguientes apartados.

### *a) Criterios vinculados al quehacer periodístico*

Aprehender la totalidad de acontecimientos de la vida social para plasmarlos en los contenidos noticiosos



es una tarea que resulta imposible; de ahí que en los aparatos periodísticos se vuelve indispensable que unos asuntos se consideren más importantes que otros para ser convertidos en noticia. En lo que respecta a los temas ambientales, diversos autores señalan que estos suelen tener una baja presencia en los contenidos noticiosos (Cimadevilla, 2003; Alcoceba Hernando, 2004; González y Manasanch, 2009; González Alcaraz, 2012). De los múltiples factores para tal situación, sobresale en el caso de estudio la idea de que estos resultan de menor urgencia frente a otros problemas caracterizados como de tipo económico, político o social.

Entre los periodistas entrevistados existe la noción de que su trabajo se define por un alto grado de imprevisibilidad; es decir, la labor del periodista se concibe como una actividad altamente cargada de dinamismo e incertidumbre, por tanto, este debe ser capaz de estar siempre alerta, atento al acontecer de la comunidad para poder detectar y captar aquellas cuestiones que resulten de interés del público y que son potencialmente transformables en noticias. Entre los entrevistados tiende a existir un consenso respecto a que en la práctica cotidiana “*cada día es un día distinto*” y por tanto no se puede determinar con “*absoluta certeza*” cuáles serán exactamente los temas que ese día serán considerados para incluir en la agenda mediática.

No obstante, se reconoce que existen temas generales que suelen acaparar la atención, no sólo del periodista, sino de los distintos actores sociales y el público en general. En ese entramado de prioridades las cuestiones ambientales se observan entre las menos relevantes y prioritarias, de ahí que cuando se incluyen en la agenda es “*porque la*

*coyuntura así lo requiere*”. Puede decirse, siguiendo a los entrevistados, que “*hay otros temas de la agenda diaria que superan [al tema ambiental]*”.

“*El tema ambiental, no es que la gente lo desconozca, o los medios de comunicación . . . pero me parece que hay una prioridad todavía de temas más urgentes*”, subraya uno de los periodistas. Tales temas fueron sintetizados en cuestiones vinculadas a problemáticas urbanas (principalmente seguridad pública, aunque también temas relacionados al transporte urbano y otros servicios públicos); aspectos económicos (alza de precios en el consumo, desempleo, etcétera); y temas ligados con el deporte (prioritariamente fútbol); así como cuestiones sobre la actividad político-gubernamental.

Los acontecimientos que poseen mayor grado de *proximidad*, ya sea geográfica o cultural, así como aquellos cargados de *significatividad*, es decir, que son fácilmente interpretables para el público, tienen una alta carga de noticiabilidad (Galtung y Ruge, 1965; Wolf, 1987), de ahí que todos aquellos temas que se vinculan directa y evidentemente con la vida cotidiana puedan ser más fácilmente noticiables. Es decir, asuntos vinculados al aumento de precios de algún producto o servicio, por ejemplo, suelen ser prioritarios como noticia porque se considera que afectarán de forma directa la economía y el bolsillo de las personas.

En ese sentido, para los entrevistados los problemas ambientales suelen considerarse como asuntos abstractos o con impactos localizados en algún momento del futuro, de modo que en tanto no emerjan como una cuestión perceptible y de *alto impacto* que pueda considerarse como una especie de ruptura que altere la cotidianeidad, o que afecte o

pueda afectar de forma directa a determinados grupos sociales, o que se manifieste mediante la forma de conflicto o amenaza, difícilmente serán cuestiones más relevantes que merezcan la atención pública.

En dicha lógica, los temas ambientales serían potencialmente susceptibles de recibir un tratamiento periodístico cuando sean fáciles de simplificar, lo que implicaría también operaciones de fragmentación y descontextualización, en el sentido de *noticiar* episodios concretos antes que procesos que ofrezcan representaciones más integrales de las cuestiones abordadas. Además, siguiendo los relatos de los entrevistados, puede señalarse que existe como parte de las rutinas productivas de la noticia una racionalidad marcadamente antropocéntrica en la cobertura de temas ambientales; es decir, estos entrarían fácilmente a la agenda periodística cuando se visualice su impacto en relación a los intereses o necesidades humanas. No obstante, existen procesos de degradación ambiental cuyos impactos sobre los sistemas humanos podrían ser perceptibles solamente en el futuro, o bien podrían resultar difícilmente observados a través de la experiencia directa, por ejemplo, los relacionados con el cambio climático.

#### **b) Criterios vinculados a los acontecimientos**

En las nociones expuestas en los párrafos anteriores, puede inferirse lo que Alcoceba Hernando (2004) llama una labor periodística de apaga fuegos frente a los problemas medioambientales; es decir, tales temas suelen ser objeto de tratamiento periodístico hasta que la denuncia pública, los impactos de la

degradación o la catástrofe ya han ocurrido. Así, la labor del periodista se limitaría a reportar los “hechos concretos”, antes que a dar cuenta del entramado de causas y razones que paulatinamente han contribuido a que se presente dicha situación problemática.

En ese sentido, de entre los principales aspectos que facilitan la cobertura periodística de los temas ambientales, para los entrevistados sobresalen dos tipos de asuntos relacionados a las características de los acontecimientos: la conflictividad o presión social y la ocurrencia de fenómenos naturales y desastres.

***El conflicto y la presión social.*** La realización de protestas o movilizaciones de grupos de ciudadanos por cuestiones vinculadas al medio ambiente no son una cuestión de rutina o bien suelen alterar la rutina, por ejemplo, mediante el bloqueo de avenidas o sitios de la vía pública; de ahí que para los entrevistados, este tipo de eventos se conviertan en fácilmente noticiables.

En esa lógica, según subraya uno de los periodistas “*hasta que no haya una gran noticia, motivada por la movilización de la gente, o por un hecho natural . . . [lo ambiental] no integra la agenda del diario, ni de la ciudad, me animaría a decir, ni la agenda informativa, ni la agenda de la ciudad*”<sup>6</sup>. Desde esta mirada, si no hay reclamos sociales, si no hay presión de grupos afectados, existen menos posibilidades de que algún tema sobre medio ambiente se integre a la agenda periodística.

Habría que anotar que esta no sería una característica exclusiva de los temas ambientales, sino que ocurriría igualmente con otro tipo de cuestiones

---

<sup>6</sup> Con *agenda de la ciudad*, el periodista hace referencia a la agenda de las autoridades del gobierno e instituciones locales.

que son problematizadas por distintos grupos sociales. De esta manera se manifiesta una representación acerca de que las situaciones socialmente conflictivas son intrínsecamente noticiables. La presión social, desde la perspectiva de los entrevistados, sería útil no solamente para atraer la atención mediática, sino para demandar atención política a los problemas ambientales.

En síntesis, cuando una determinada situación social es conflictiva, esta parece tener más oportunidad de convertirse en noticia (Galtung y Ruge, 1965). Es decir, el conflicto indica la existencia de diversas partes que se encuentran en disputa, lo que implica posibilidades de acusaciones y demandas entre grupos sociales, o de un determinado grupo social hacia instituciones de gobierno. Igualmente, la realización de protestas sociales en la vía pública ofrece una serie de elementos sumamente ricos para la producción de noticias, por ejemplo, la posibilidad de imágenes e historias polémicas, el señalamiento de que se ha alterado el *normal* orden de las cosas, y en caso de las movilizaciones o protestas vinculadas a cuestiones ambientales, se manifiesta también la posibilidad de que existan riesgos que amenacen la integridad física y la salud de las personas, lo que implica también un alto grado de *negatividad*, aspecto que se considera también un factor noticioso de gran relevancia (Wolf, 1987).

**Ocurrencia de fenómenos naturales y desastres.** Para los periodistas entrevistados, los fenómenos naturales - principalmente los de tipo meteorológico- se encuentran cargados de un potencial de peligro; es decir, se considera que su presencia puede resultar dañina para determinados grupos sociales, sobre todo aquellos que habitan

en zonas carenciadas. Por otro lado, se les asume como acontecimientos que “*tienen que ver con todos*”, en el sentido de que una intensa lluvia o una onda gélida son de interés general porque todos pueden experimentarlos o verse expuestos a ellos. Así, estos son considerados de alto valor noticioso. En ese contexto, las cuestiones vinculadas al estado del tiempo, se indica, adquieren cada vez más presencia periodística porque se tiene la idea de que “*cada vez el clima está más loco*” y el público desea estar más informado sobre ello.

Si los fenómenos naturales en sí son potencialmente noticiables, los periodistas coinciden en que cuando estos causan afectaciones a determinadas personas o grupos sociales, su nivel de noticiabilidad aumenta. Dichas afectaciones pueden relacionarse con daños o pérdidas de bienes materiales o bien con perjuicios a la integridad física de las personas. De modo que desastres generados, por ejemplo, por inundaciones, son casi siempre objeto de atención periodística. Ellos involucran personas afectadas y una diversidad de actores e instituciones de distintas áreas que deben gestionar la catástrofe.

En síntesis, para los entrevistados los desastres involucran la idea de que “*son de alto impacto*” porque “*todo mundo quiere saber qué pasó*”, especialmente si hay pérdidas materiales o personas heridas, e inclusive muertas. Siguiendo a Johan Galtung y Marie H. Ruge (1965), en tanto más negativas o dramáticas sean las consecuencias vinculadas a un determinado acontecimiento, su valor noticioso se ve en aumento, y un desastre tiene siempre una fuerte carga negativa que potencia la posibilidad de obtener imágenes e historias impactantes que facilitan la producción de noticias. De hecho, durante la ocurrencia de

catástrofes es posible que los problemas ambientales se configuren bajo el modelo de “dramas sociales” que suelen funcionar como un gancho muy efectivo para atraer la atención del público (Hannigan, 2002).

Cimadevilla (2003) subraya que la cobertura periodística de los temas medioambientales se caracteriza en parte por su espectacularidad, de modo que todo aquello que pueda resultar molesto, dañino o en última instancia, destructivo, tiende a aumentar su presencia en la agenda periodística. En ese sentido, las expresiones de los entrevistados parecen reforzar la existencia de dicha lógica. Además, Alcoceba Hernando (2004) señala que “ha habido desde los medios una tendencia a reducir las cuestiones ambientales únicamente a las noticias sobre las denuncias y catástrofes” (p. 41), en parte porque ello permiten también el reporte de eventos concretos y descripciones relativamente simples de aquello que se ha inscripto bajo la categoría de problema o tema ambiental.

### ***c) Criterios vinculados al interés del público***

Las nociones que los periodistas poseen sobre el público y sobre lo que a éste le interesa suelen ser fundamentales en la producción de noticias (Wolf, 1987). En el caso que aquí se presenta, los periodistas consideran que en la realidad inmediata y la vida cotidiana de las personas se encuentra presente la necesidad de satisfacer demandas más urgentes vinculadas con el empleo, la seguridad económica, física y social, entre otras, por lo que la preocupación por el medio ambiente pasaría a un segundo plano. Según subraya uno de los periodistas entrevistados:

*Si bien hay conciencia de que no hay que contaminar el medio ambiente, que este mundo se está destruyendo por los propios humanos más que por alguna invasión extraterrestre, yo veo como que se ve como algo lejano, la gente dice ‘esto no va a ocurrir, o falta mucho’, ‘primero necesito el colectivo que pase por la calle de mi casa, que esté limpio, que pase en horario y que no me roben a la vuelta de la esquina’, esas son las prioridades de la gente.*

Así, se tiende a reiterar que los problemas ambientales son del interés del público cuando ocurren desastres o cuando se ven afectados directa o indirectamente por un determinado evento, ya sea provocado o iniciado por fenómenos naturales, ya sea que se trate de cuestiones vinculadas a actividades humanas generadoras de contaminación y riesgos para la salud física. En ese sentido, se insiste en que en lo inmediato “*hay otras prioridades de la gente*”, y en tanto no se materialicen ciertos eventos de forma concreta, las cuestiones medioambientales se vinculan con efectos o impactos futuros, lo que les restaría atención no solamente periodística, sino social y política.

Asimismo, aparece en las percepciones sobre el interés del público un reconocimiento de que “*cada vez más hay una demanda de la gente por estos temas*”, aunque no como una cuestión de primer orden, sino porque se han ido imponiendo como “*una especie de moda*”, en el sentido de que “*todo mundo habla del medio ambiente*” y por eso es imposible ignorarlo. Esta preocupación por lo ambiental se concibe, por tanto, como un asunto superficial que no implica reflexiones profundas o transformaciones colectivas hacia

conductas ecológicamente responsables. La percepción sobre el interés de los lectores, no obstante, parece provenir más de una lógica de sentido común, de algunas cartas o comentarios recibidos en las redacciones, o de charlas informales entre colegas y personas conocidas, que de un estudio sistemático sobre los intereses del público. En ese sentido, parece ser que desde los medios de comunicación, como subraya Martínez Valdez (2003), se está decidiendo por el público -antes que preguntarle a él- si le interesa o no el tema ambiental.

Igualmente, Alcoceba Hernando (2004) señala que los temas ambientales suelen recibir un tratamiento deficiente en los medios de comunicación, para ello los aparatos mediáticos justifican esta característica en el escaso interés que tales cuestiones despiertan en el público. Sin embargo, este autor agrega que la “falta de compromiso de las instituciones comunicativas con el tratamiento adecuado de la información ambiental ha fomentado sin duda la apatía en las audiencias” (p. 41). Desde perspectivas como la *agenda setting* se sostiene que aquellas cuestiones que se privilegien en la agenda mediática serán las que el público considere como más relevantes de atención en la vida social (McCombs y Evatt, 1995). Ello supondría que el poco interés de los lectores de los diarios o el público de la televisión y la radio en los temas ambientales obedece en parte a la escasa cobertura informativa que estos les brindan.

#### ***d) Criterios vinculados a la agenda política***

Los aparatos informativos suelen dar un considerable valor noticioso a las cuestiones que son abordadas por las élites gubernamentales y políticas, ellas

son fuentes privilegiadas de información (Wolf, 1987). De hecho, la lógica productiva de las noticias ambientales en el caso analizado, manifiesta una atribución de responsabilidad a las élites políticas para colocar la temática en agenda.

La idea de que los actores político-gubernamentales son los que deben introducir la cuestión ambiental en la agenda del debate público es el denominador común entre los periodistas entrevistados. De hecho, la responsabilidad para atender las problemáticas vinculadas al medio ambiente, pero también para visibilizarlas y ponerlas en discusión pública, se atribuye fundamentalmente a los actores y las instituciones gubernamentales, desde la escala nacional hasta la local. Estas nociones se relacionan con el supuesto de que los actores de la esfera y la gestión política deben atender las cuestiones que más importan para la vida social.

En una lógica patriarcal que legitima las jerarquías, al mismo tiempo que implícitamente deslinda algunas responsabilidades sobre los medios de comunicación como constructores de la agenda pública, los entrevistados subrayan que la discusión sobre la cuestión ambiental debería descender de las altas esferas de gobierno hacia la sociedad, pues se asume que “*la cosa viene de arriba para abajo*”. En este sentido, uno de los periodistas subraya:

*Yo creo que primero las autoridades, digamos, tendrían que bajar esa discusión y ponerla más al alcance de la gente . . . las autoridades son las que tendrían que, también de alguna forma, impulsar para que esos temas ingresen a la agenda, eh, por ahí pasaría. Yo,*

*de hecho veo que a nivel Estado no se hace nada, no hay políticas de cuidado del medio ambiente, más allá de algunos arrestos individuales, cuestiones así muy esporádicas; no hay una política marcada, definida, eh . . . el común de la gente no conoce qué es la Secretaría de Medio Ambiente de la Nación. No, no, por eso digo, no es un tema que esté [en la agenda].*

Esta supuesta ausencia de preocupación de los actores políticos por las problemáticas ambientales se vincula a la noción antes expuesta de que la sociedad demanda la atención a otros problemas de carácter urgente que tienen más impacto en la vida social y a nivel cotidiano. Por tanto, los problemas ambientales se ubicarían en una escala menor de prioridades, en parte, porque sus soluciones son de largo plazo y porque se les visualiza como cuestiones cuyo “*impacto real*” se concretaría solamente en algún momento del futuro, por lo que se asume también que los problemas ambientales se convertirían en objeto de discusión y acción política en la medida en que determinados sectores o grupos sociales demanden acciones de gobierno.

Desde la óptica del quehacer periodístico, el relativo bajo perfil o desinterés político atribuido a las cuestiones ambientales se manifiesta como un criterio relevante de su baja noticiabilidad, pues se supondría que aquellas cuestiones que se vuelven objeto de debate de los actores políticos son potencialmente susceptibles de recibir un tratamiento periodístico. Uno de los periodistas expresa esa situación del siguiente modo:

*lo ambiental, tendría que figurar más en la agenda a lo mejor de*

*cada uno de nosotros, pero . . . es un círculo vicioso, al no estar instalado en la agenda [político-gubernamental] no se le presta mucha atención [mediática].*

La idea del “*circulo vicioso*”, no obstante, permite al periodismo y los medios de comunicación colocarse en un lugar ciertamente cómodo y deslindarse de una parte de sus responsabilidades como actores clave en la *construcción de la realidad ambiental*. Asumir que son *otros actores* los que deben y pueden colocar los temas en agenda sería desconocer que los medios poseen intereses propios y que tienen el poder de definir políticas editoriales capaces de promover la inclusión de determinados temas en la agenda pública, política y mediática, así como el poder de establecer la perspectiva o el modo en que dichos temas pueden ser socialmente comprendidos (McCombs y Evatt, 1995; Wolf, 1987).

#### ***e) Criterios vinculados al poder económico***

Un factor que según los entrevistados obstaculiza la entrada de las cuestiones ambientales en la agenda periodística se vincula a la existencia de presiones económicas para minimizar la discusión pública de dichos temas. Desde la perspectiva de los medios como empresas dedicadas a la venta de información surge la idea de que “*lo ambiental no vende*”, pues se supondría que como unidad temática no interesaría demasiado al público a no ser que ocurran catástrofes, fenómenos naturales o denuncias sobre irregularidades ambientales.

En su análisis sobre el periodismo y la ecología en México, González Cruz (2007) apunta que los empresarios

mediáticos no gustan de los temas ecológicos porque asumen que “si no es un ‘producto que la gente consume’ y demande, no tiene caso invertir en él” (p. 48). En ello se imprime una lógica que reconoce a los medios de comunicación como empresas para acumular riqueza, pero que desconoce su responsabilidad social.

Por otro lado, surge entre los periodistas la idea de que existirían intereses de empresas e industrias nacionales y transnacionales que utilizarían su poder económico para opacar discusiones públicas y políticas, así como la divulgación de informaciones mediáticas que podrían afectar negativamente sus intereses. En ese sentido subraya uno de los entrevistados:

*[Los medios] tienen la palabra un tanto acotada, desde el punto de vista de intereses que se cruzan en algún punto y ahí ya entran a jugar las cuestiones de fuerza, gubernamentales, económicas y de los medios para caracterizar este tema, para sacarlo de agenda, o al menos minimizarlo a lo posible.*

Así, algunos de los periodistas presuponen que una de las razones por las que las cuestiones ambientales no ingresan a la agenda, es porque determinados grupos no tienen interés en discutir, por ejemplo, los impactos económicos, sociales y ambientales de la minería extractiva, la deforestación para actividades agrícolas o industriales, o los posibles impactos negativos de la agricultura transgénica. Uno de los entrevistados señaló que:

*A los mercados mundiales les interesa más una variedad transgénica de soja que 100 variedades nativas de maíz, van a presionar para que sean cada*

*vez mayores las extensiones que se dediquen al cultivo, van a intentar bloquear o incluso aminorar legislaciones ambientales.*

Otro entrevistado apuntó que estos intereses, funcionarían de modo tal que:

*El cuidado medioambiental aparece como una especie de conciencia individual y no como una cosa atada directamente al ciclo económico y productivo.*

Los relatos de los periodistas sugieren que además de posibles presiones del poder económico a través de los sectores gubernamentales, en el caso de los medios de comunicación existirían también presiones a través de la pauta publicitaria para que no se publiquen determinadas cuestiones vinculadas de forma negativa a ciertas actividades económico-productivas. Un periodista comentó:

*Las empresas . . . a través de la pauta publicitaria, muchas veces presionan y administran esas pautas de acuerdo al apoyo o rechazo que reciban sus actividades en el medio. Y eso no es una cuestión menor, es muy fuerte, porque a partir de ahí se disparan muchas cuestiones en distintos sentidos; eh, no digamos las empresas internacionales que tienen un poder de gestión y de decisión, o sea, que tienen la capacidad de llegar tanto a los estratos gubernamentales como a los medios de comunicación.*

En ese sentido, se tiene la noción de que determinados intereses económicos y gubernamentales para impulsar ciertos modelos productivos y actividades económicas terminan incluyendo a los medios en un “juego perverso . . . que

*hace que se le baje el nivel de discusión a todas estas cuestiones”.*

Relacionado con lo antes expuesto, Jukofsky (2000) subraya que las historias ambientales están fuertemente ligadas a una crítica hacia las políticas del gobierno, así como a las prácticas de empresas e industrias que con sus actividades productivas degradan el medio ambiente. Los medios de comunicación dependen de las empresas y las instituciones gubernamentales para obtener publicidad, de ahí que el factor económico sea una fuerte limitante para la inclusión de problemáticas ambientales en los contenidos noticiosos. Además, agrega Jukofsky (2000), pocos anunciantes quieren ver su anuncio publicitario junto a alguna noticia que haga una denuncia negativa sobre el medio ambiente. Esta, quizás, es una de las causas por las que muchas veces se privilegian las noticias e historias positivas acerca de la conservación de especies de flora y fauna o sobre la belleza del mundo natural.

## **Conclusiones**

En este trabajo se han presentado los avances parciales de una investigación que tuvo como objetivo indagar el interés y relevancia que periodistas locales de la ciudad argentina de Rosario, de los diarios *La Capital* y *El Ciudadano*, atribuyen a los temas ambientales en la agenda mediática, pública y política, así como identificar criterios de noticiabilidad que intervienen en la producción de noticias ambientales. De los avances expuestos en las páginas anteriores pueden señalarse los siguientes aspectos:

Las cuestiones ambientales, desde la perspectiva de los periodistas entrevistados, poseen un relativo bajo

perfil en la agenda periodística diaria. Así, se indica que en la competencia noticiosa frente a otros temas, como seguridad pública o económica, “*lo ambiental sale perdiendo*”. Ello se justifica con la atribución de un relativo bajo nivel de prioridad de las cuestiones ambientales frente a otros asuntos que son valorados como de mayor relevancia social (por ejemplo, los del ámbito estrictamente político y económico), a lo que se aunaría un supuesto desinterés del público y la idea de cierto desdén político hacia la cuestión ambiental.

Por otra parte, se manifiesta una tendencia a considerar periodísticamente relevantes los temas ambientales ante la ocurrencia de acontecimientos como fenómenos naturales, desastres, denuncias o conflictos que implican aspectos sociales, políticos o económicos.

Dado que los entrevistados manifestaron la inexistencia de una política editorial que fomente una cobertura informativa sistemática y profunda relacionada con los temas vinculados al medio ambiente, las noticias sobre los mismos suelen producirse de forma coyuntural y esporádica, lo que podría contribuir a la construcción fragmentada y simplificada, y muchas veces espectacularizada, de representaciones sociales sobre los problemas y temas ambientales.

Para los periodistas, las cuestiones ambientales tienden ser consideradas de bajo interés para el público, pues se supone que éste prestaría más atención a problemáticas políticas, económicas o sociales que afectarían sus vidas de forma inmediata y directa. Por otro lado, existe la idea de que el interés social por los temas ambientales podría ir en aumento, en parte porque se han convertido en un “asunto de moda”.



La idea de que las autoridades político-gubernamentales -desde el nivel local hasta el nacional- son las responsables de instalar a las cuestiones ambientales como objetos prioritarios de atención pública tiende a primar entre los periodistas. Sin embargo, se indica que dichos temas suelen verse como “*algo futuro*” o abstracto, de ahí que tenderían a ocupar un bajo interés en la agenda política, misma que ostentaría el poder de definir de forma relevante la construcción de la agenda periodística.

Los relatos de los entrevistados sugieren que la potencial existencia de determinados intereses de tipo económico dificultaría y/o minimizaría el debate, no solo en la esfera mediática, sino en el campo de la política, de muchos problemas o temas ambientales. Además, aparece la idea de que determinadas industrias y empresas presionarían a través de la pauta publicitaria a los medios de comunicación para que sus intereses no se vean afectados con informes negativos en la prensa. Con ello convive también una noción de que *lo ambiental no vende*, es decir, que resulta un tema de interés menor para el público.

Las consideraciones antes expuestas resultan congruentes con afirmaciones teóricas o resultados empíricos observados en la literatura. Así, varios autores han señalado que los temas sobre medio ambiente son de baja presencia en los medios de comunicación (González y Manasanch, 2009; González Cruz, 2007; Alcoceba Hernando, 2004; Jukofsky, 2000), que existe una tendencia a producir noticias que subrayen riesgos efectivos o potenciales que elevan el grado de espectacularidad de los problemas ambientales (Hannigan, 2002; Cimadevilla, 2003), que los aparatos informativos suelen atribuir un bajo

interés del público sobre las noticias medioambientales para justificar su exclusión mediática (González Cruz, 2007), y que existen intereses o condicionantes de tipo político y económico que intervienen en la construcción de noticias ambientales (Hannigan, 2002; Hansen, 1991).

En síntesis, y siguiendo la lógica de los relatos ofrecidos por los periodistas entrevistados, posiblemente los temas ambientales ocuparán un lugar marginal en la agenda mediática cuando se encuentren ausentes de controversias públicas vinculadas a aspectos sociales, políticos o económicos; o ante la ausencia de impactos manifiestos de la degradación ambiental o desastres asociados a fenómenos naturales.

Por otro lado, para el caso de estudio, se apunta que la cobertura de temas ambientales requeriría por lo menos asimilar una mirada compleja que apunte hacia la descripción de procesos antes que de eventos aislados o fragmentados, ello pasaría en parte por la definición de una política editorial en la materia y la formación de cuadros periodísticos capaces de afrontar tales desafíos. Los resultados parciales aquí presentados permiten considerar también que existe la necesidad de fomentar un debate profundo al interior de la redacción –y probablemente en el campo profesional del periodismo- acerca del rol, los límites y alcances de la responsabilidad de los medios de comunicación frente a los problemas y temas ambientales.

Resulta evidente que la responsabilidad para visibilizar y debatir las cuestiones ambientales en la esfera pública debería ser una tarea compartida de todos los actores sociales. Las elites políticas y económicas habrán de definir su parte; y los medios de comunicación no pueden ignorar su rol como

constructores de la *realidad ambiental*. En última instancia, ciertos procesos vinculados a la degradación ambiental y ecológica han incrementado sus impactos y sobre todo su problematización social,

de ahí que en algún momento sea ineludible que se vuelvan objeto de atención mediática.

## REFERENCIAS

- Alcoceba Hernando, J. (2004). El tratamiento de la información ambiental: los retos del periodismo ecológico. *CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación*, 87, 38-45.
- Berger, P. y Luckmann, T. (2001). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorroutu.
- Cimadevilla, G. (2003). Agenda Ambiental y Rutinas Noticiosas. *Comunicação e Espaço Público*, 6(1), 106-118.
- Galtung, J. y Ruge, M. (1965). The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four foreign newspapers. *Journal of International Peace Research*, 1, 64-90.
- González Alcaraz, L. (2012) El Cambio climático en la prensa local. Agenda informativa, valores noticiosos y encuadres periodísticos en dos diarios argentinos. *Razón y Palabra*, 80. Disponible en: [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N80/V80/10\\_Gonzalez\\_V80.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N80/V80/10_Gonzalez_V80.pdf)
- González Cruz, E. (2007). Los medios de comunicación y la ecología en México. *El Cotidiano*, 22(1), 43-51.
- González, L. y Manasanch, A. (2009) El ambiente oculto. En *Comunicar el Ambiente. Una nueva experiencia pedagógica* (pp. 91-106). La Plata: Ediciones de periodismo y comunicación, 41. Universidad Nacional de La Plata.
- Hannigan, J. (2002) *Environmental Sociology. A social constructionist perspective*. Londres y Nueva York: Routledge.
- Hansen, A. (1991). The media and the social construction of the environment. *Media, Culture and Society*, 33, 443-458.
- Jukofsky, D. (2000). El periodismo ambiental, una especie en extinción. *CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación*, 70.
- Martini, S. (2000). *Periodismo, Noticia y Noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma
- Martínez Valdez, V. (2003). *Medios de comunicación y medio ambiente. Hiper-textos*, 7.
- McCombs, M. y Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la Agenda-setting. *Comunicación y Sociedad*, 8(1), 7-32.
- Merlinsky, M.G. (2009). *Atravesando el río: La construcción social y política de la cuestión ambiental en Argentina. Dos estudios de caso entorno al conflicto por las plantas de celulosa en el Río Uruguay y el conflicto por el saneamiento de la Cuenca Matanza-Riachuelo*. Tesis de Doctorado, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales.

- Neiman, G. y Quaranta, G. (2006). Los estudios de caso en la investigación sociológica. En I. Vasilachis (Coord.), *Estrategias de investigación cualitativa* (pp. 213-238). Barcelona: Gedisa.
- Piovani, J. I. (2007) La entrevista en profundidad. En A. Marradi, N. Archenti y J. I. Piovani (Eds.), *Metodología de las Ciencias Sociales* (pp.215-226). Buenos Aires: Emecé Editores.
- Reigota, M. (1991) Fundamentos teóricos para a realização da educação ambiental popular. *Em Aberto*, 10(49), 35-40.
- Reinoso, S. (5 de octubre de 1998). Rosario tendrá un nuevo diario. Se llama El Ciudadano y competirá con La Capital, el decano de la prensa nacional. *La Nación, Información general*. Disponible: <http://www.lanacion.com.ar/113004-rosario-tendra-un-nuevo-diario>.
- Shoemaker, P. (2006). News and newsworthiness: A commentary. *Communications*, 31, 105-111.
- Taylor S.J. y Bogdan R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*. Barcelona: Paidós.
- Strauss, A. y Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.
- Wolf, M. (1987). *La investigación en la comunicación de masas. Críticas y Perspectivas*. Barcelona: Paidós.

**Luis González Alcaraz** es Doctorando en Ciencias Sociales en la Universidad de Buenos Aires y becario del CONICET, Maestro en Estudios Latinoamericanos por la Universidad de Salamanca, España y Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Sonora, México. Sus temas de interés incluyen comunicación y periodismo ambiental, comunicación estratégica, desarrollo sostenible y representaciones sociales del riesgo.

Artículo recibido: 28 de agosto de 2013

Dictaminado: 17 de octubre de 2013

Aceptado: 24 de octubre de 2013