

LOS MEDIOS EN EL MEDIO (DE LA SOLUCIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO). UNA PROPUESTA CRÍTICA DESDE LA ECOLOGÍA POLÍTICA DE LA DIFERENCIA

MEDIA IN THE MIDDLE (SOLUTION TO CLIMATE CHANGE) . A CRITICAL PROPOSAL FROM THE POLITICAL ECOLOGY OF DIFFERENCE

Pablo Marcelo Gavirati ¹

pablogavirati@gmail.com

Universidad de Buenos Aires

Resumen

Este trabajo discute la importancia de los estudios de los medios de comunicación en la solución de la problemática del cambio climático. Sin embargo, no lo hace desde una mirada ingenua de la simple concientización, sino desde una interpretación crítica sobre el debate ideológico en el campo ambiental. Para ello, desde un enfoque discursivo proponemos el concepto de formación ideológica ambiental, como contribución a la Ecología Política de la Diferencia. Al mismo tiempo, aplicamos esta reflexión teórica para revisar el uso del término ideología en el campo académico de la comunicación ambiental. Concluimos que es necesario un análisis complejo para poder intervenir en el campo comunicacional con vistas a una solución integral del cambio climático, que incluya por ejemplo la complejidad geopolítica del debate.

Palabras Clave: Comunicación Ambiental, Opinión Pública

Abstract

This paper discusses the importance of the study of media in addressing climate change issues. However, it does not mean take a naive view of simple awareness, but a critical interpretation of the ideological debate in the environmental field. To do this, from a discursive approach we propose the concept of environmental ideological formation as a contribution to Political Ecology of Difference. At the same time, we apply this theoretical reflection to review the use of the term ideology in the academic field of environmental communication. We conclude that complex analysis is needed to put intervene in the communication field overlooking a solution to climate change, including for example the geopolitical complexity of this debate.

Keywords: Enviromental Communication, Public Opinion

1. Introducción

¿Pueden los medios salvar el planeta? La comunicación del cambio climático es uno de los temas más estudiados y demandados por organizaciones sociales. Como supuesto general, se entiende que la solución del problema pasa en buena parte por la concientización de los ciudadanos. En tal perspectiva, los medios de comunicación parecen ocupar un rol central. Sin embargo, la investigación en comunicación aún debe trabajar en fortalecer una perspectiva crítica sobre este tema.

En este punto, Ulrika Olausson (2011) señala que uno de los principales problemas en los estudios de las representaciones sobre el cambio climático consiste en el mediocentrismo (medio centrismo). Para esta autora, las investigaciones asumen una posición equivocada como supuesto teórico acerca de que los medios juegan un rol central en la comprensión ciudadana de los riesgos ambientales. En tal sentido, lo plantea como forma de (auto)justificación para continuar en una línea de trabajo similar que no cuestiona su propio enfoque. Como alternativa, llama a realizar estudios empíricos para no recaer en aquel sesgo teórico.

Este artículo comienza con una discusión teórica sobre el rol de los medios de comunicación en la formación de la conciencia ecológica, que consideramos un punto clave en el debate. De esta forma, tal vez la crítica realizada necesita distinguir dos grandes aproximaciones teóricas sobre los medios de comunicación, que aquí proponemos. No se trata de reeditar la distinción de Umberto Eco entre apocalípticos e integrados, acerca de la tecnología misma de los medios de comunicación, asumiendo también que el medio es el mensaje. Más bien, se trata de acercarse a una perspectiva crítica, que aporta el enfoque discursivo - ideológico.

Desde el punto de vista de la Ecología Política de la Diferencia, en autores latinoamericanos como Arturo Escobar y Enrique Leff, los conflictos ambientales también son conflictos culturales. De tal modo, se trata de incorporar la visión de Micheal Foucault sobre las dinámicas de saber-poder, pero también teniendo en cuenta la colonialidad del saber, de la que habla Aníbal Quijano. Al mismo tiempo, es la comprensión de la construcción discursiva de la realidad, a partir de un constructivismo crítico como el que aconseja Ulrich Beck. Y sobre todo teniendo en cuenta que existe un debate ideológico en cada campo discursivo, siguiendo a Voloshinov y Pecheux, un enfoque que puede muy bien aplicarse al campo discursivo ambiental.

Por todo ello, en la primera parte del artículo, elaboramos nuestra posición acerca de la importancia de los estudios de los medios de comunicación masivos, diferenciando posturas idealistas y posturas críticas. Luego, en la segunda parte, enfatizamos algunos aportes posibles del análisis discursivo - ideológico desde la perspectiva de la Ecología Política de la Diferencia. Más adelante, aplicamos algunos de estos conceptos en algunos trabajos relevantes del campo académico de la comunicación ambiental.

Desde este punto de vista, es importante no caer en una simplificación de la realidad, por lo cual necesitamos abrir el debate ideológico más allá de la división entre derecha e izquierda, hasta posturas geopolíticas y posiciones en torno al debate de la modernidad (in)sustentable.

2. Los medios de comunicación en la modernidad insustentable

Hemos expuesto en un trabajo reciente que la idea de que los medios de comunicación masiva deben cumplir un rol importante en la generación de conciencia ecológica representa un gran malentendido (Gavirati, 2012a). Es decir, que la visión idealizada sobre el periodismo es contrastada por su funcionamiento cotidiano.

Sinteticemos primero el problema planteado. Por un lado, organizaciones ambientalistas demandan cambiar la forma en que la sociedad se interrelaciona con la naturaleza. En esa interpelación al cambio, los medios masivos de comunicación son puestos en el foco de atención y de demanda. Por el otro, los medios masivos están condicionados por -o representan- intereses económicos y políticos que, en muchos casos, son los propios causantes de la crisis ambiental.

La cuestión es profunda, porque el mismo sistema económico moderno que dio nacimiento al periodismo es la causa profunda del desequilibrio ecológico generado. Como ha demostrado en un su estudio seminal Jürgen Habermas (1962), los medios de comunicación nacen a partir de los impulsos de publicidad moderna propios de la sociedad burguesa. Desde otro punto de vista, están basados en una economía capitalista industrialista, que tiene como su lado oscuro la crisis ambiental.

Por lo tanto, este artículo continúa trabajando con el supuesto de que el actual funcionamiento del sistema mediático no permite responder a esta demanda de ciertos sectores de la sociedad. Pero esto no significa que su estudio sea irrelevante, sino todo lo contrario. Es decir, los intereses económicos y políticos que condicionan su discurso son parte consustancial de la crisis ambiental. Así como también, los objetivos permanentes de los medios hacen que su línea editorial sea muy diferente al discurso del movimiento ambiental.

Por estas razones, conocer el discurso periodístico es parte fundamental del conocimiento de la causa profunda de la crisis ambiental, a nivel de la lucha del saber-poder. A continuación, profundizaremos en este debate, simplificando muy brevemente dos posiciones generales sobre el rol de los medios en la resolución de la problemática ambiental.

2.1. La visión idealista: soluciones simples

Si profundizamos la cuestión reseñada hasta aquí, la versión de corte idealista sobre el rol de los medios en la formación de conciencia ecológica puede constatar en la manera ecléctica en que numerosas organizaciones internacionales incluyen la dimensión comunicacional en sus propuestas. En muchas ocasiones, el enfoque que predomina es cercano a la responsabilidad profesional, y por lo tanto son dirigidos al periodista individual. Al respecto, Rogelio Fernández Reyes concluye: Es corriente que, desde entidades ajenas al mundo comunicativo, ante la crisis ambiental, se espere una función formativa o educativa del periodismo (Fernández Reyes, 2011: 11).

Por su parte, según el artículo mencionado anteriormente: una asunción general es que los medios tienen un importante rol en la socialización de los temas ambientales en las modernas sociedades industriales. Esto parece ser el enfoque tomado, por ejemplo, en los

casos de la divulgación científica, como una contribución a las sociedades democráticas (Olausson, 2011; la traducción es nuestra). Encontramos similitudes en la posición de Habermas con su teoría de la racionalidad discursiva.

Por ello, dicho en pocas palabras, esta visión idealista entiende al periodismo como la profesión que tendría la función de generar conciencia ambiental o ecológica (Carabaza y otros, 2007). Se trata este último de un término muy utilizado coloquialmente pero poco abordado sistemáticamente. En un esquema general, la información debe primero sensibilizar a los lectores, para que adquieran luego los conocimientos necesarios que, en última instancia, generen una modificación en la acción correspondiente.

Uno de los trabajos que aborda este tema fue elaborado por Javier Estenou Madrid. Allí, la palabra “conciencia” también remite a una cadena significativa que incluye términos como cerebro, estructuras psíquicas, mente, valores espirituales, sentido, ideología y cultura.

Dentro de esta perspectiva, se sostiene que el Estado, a través de los medios de comunicación electrónicos y particularmente de la televisión, tiene que formar en la conciencia de los ciudadanos una nueva cultura global para gobernar en el terreno cultural (Estenou Madrid, 2000 y 2004).

Por lo tanto, se trata de un llamado general a la toma de conciencia, en el cual los periodistas tienen una responsabilidad social para brindar la información necesaria. Desde esta perspectiva, el problema ambiental se trata básicamente de un problema en el circuito de la información. Una vez solucionado uno, puede también solucionarse el otro. Por lo tanto, desde esta perspectiva, las soluciones también simplistas porque apelan al cambio de conducta individual en detalles del comportamiento, porque apelan a que todos los gobiernos del mundo deben asumir compromisos, sin considerar la complejidad geopolítica.

2.2. La visión crítica: ¿solución o problema?

Sin embargo, en ocasiones el enfoque puesto en la importancia de la concientización (concienciación) puede pasar por alto que los medios de comunicación masiva son instituciones que responden a intereses económicos y políticos. Según señala Héctor Borrat, los periódicos tienen dos objetivos permanentes; estos son: lucrar e influir (1989: 9). En gran medida, estos intereses, que se manifiestan en el financiamiento de los medios de comunicación, son los mismos que se encuentran en la base profunda de la crisis ambiental. Esta mirada crítica nos señala la existencia de una visión errónea (ingenua) sobre el significado de la cobertura mediática. En este punto, una idea menciona que “a mayor presencia en los medios, más conciencia ecológica. Como consideración general, superar la barrera de lo noticiable es un paso necesario pero nunca suficiente.

Ulrich Beck analiza la sociedad de riesgo y también el rol del periodismo institucionalizado: La emergente estructura social se vuelve propensa a temas y conflictos de moda sugeridos por los medios de comunicación de masas. Es así como la coyuntura coloniza lo estructural. Y, como se sabe, las problemáticas ambientales se caracterizan por su larga duración. Es decir, el funcionamiento ecosistémico tiene otro ritmo que la lógica mediática, que es justamente el que le imprime la sociedad industrial.

Desde una perspectiva crítica, los trabajos de Herbert Marcuse, sobre todo en La sociedad unidimensional, nos advierten acerca de la llegada del “discurso único”. Este discurso no está dicho en estos términos, pero es lo que luego se criticó como el discurso del desarrollo (Escobar). En este marco general, no debe subestimarse la importancia que tiene el discurso publicitario, tanto por sí mismo, como por el condicionamiento que la publicidad tiene en los mass media. La conclusión es lógica: ¿Cómo pueden los mass media atacar la causa principal de la crisis ambiental si dependen de difundir la propia ideología del consumismo?

En definitiva, la postura crítica señala las limitaciones de centrar esperanzas en los mass media como agentes de conciencia ecológica. Por el contrario, es necesario su estudio para observar la forma en que tratan la problemática ambiental de una manera no ingenua. Es decir, más allá de las declaraciones de buenas intenciones, sino en el discurso general que expresa sus objetivos de lucrar e influir.

Desde esta perspectiva, confiar ingenuamente en los medios de comunicación como solución del cambio climático es parte del problema, más que de la solución en sí misma. En tal sentido, para intervenir en este campo de la comunicación es necesario un trabajo académico e intelectual para poder comprender la complejidad del rol de los medios en la sociedad y particularmente en la problemática ambiental. Es decir, en tanto pueden proponer pequeños cambios, pero no apuntar en profundidad a la ideología consumista, porque se trata fundamentalmente de medios comerciales que lucran con la publicidad.

2.3 Necesidad de una definición de periodismo ambiental

Hemos visto dos grandes posturas sobre los medios de comunicación. Lo dicho hasta aquí no significa que se deba abandonar la demanda de organizaciones supranacionales o de la sociedad civil sobre la prensa mundial. Pero sí que se trabajen desde diagnósticos más cercanos al funcionamiento real de la prensa, a través del estudio de la lógica mediática. Es decir, efectuar una mirada crítica del rol de la prensa en la generación de conciencia ecológica, a través de facilitar la comprensión de la problemática del cambio climático, según postulan algunos estudios académicos.

Es decir, que la posición idealista puede sostenerse en forma ingenua, si por ejemplo se sostiene como variable la cantidad de noticias que hable sobre el ambiente, sin considerar cuál es el discurso que tiene sobre el tema. En un trabajo reciente (Gavirati, 2013), hemos denominado a esto una definición empírica del periodismo ambiental, pero que en realidad puede considerarse simplemente como un falso periodismo ambiental. Por esto mismo, desde una posición académica debemos reafirmar la necesidad de precisar de qué hablamos propiamente cuando decimos periodismo ambiental, por lo cual necesitamos una definición conceptual.

Por todo ello, aquí un punto debe quedar claro. Debemos distinguir entre una noticia que habla sobre un tema ambiental de una noticia que es comunicada desde una perspectiva ambiental. El primer caso, es el más común, y define la norma en que el periodismo estándar incorpora dentro de su lógica de mediatización a las temáticas ambientales, como el cambio climático. Mientras que el segundo significaría la ambientalización de las

instituciones mediáticas, que daría paso al emergente periodismo ambiental, que sí puede aportar una postura ecologista sobre el cambio climático.

Es por ello que entonces necesitamos un abordaje discursivo de esta problemática, que nos permita superar la concepción idealista que lleva a hablar de conciencia ecológica. Y para ello, nos podemos remitir a los aportes de la Ecología Política de la Diferencia.

3. Análisis discursivo - Ideológico

La Ecología Política es un campo de estudio interdisciplinar en el que se estudia la distribución (desigual) de los bienes y servicios ambientales. El enfoque predominante consiste sobre todo en una crítica a la economía política, tanto liberal, keynesiana o marxista. En este contexto, si la definición de Joan Martínez Alier hace referencia a los conflictos ecológicos y económicos, el antropólogo Arturo Escobar postula la necesidad de estudiar también el campo cultural.

En este sentido, para Enrique Leff: La ecología política es una política de la diferencia, de la diversidad de sentidos (2006: 36). Esto significa que las tres dimensiones se encuentran interrelacionadas. Por lo tanto, la distinción realizada entre una visión idealista y otra

crítica del periodismo no puede confundirse con el debate entre constructivismo y realismo. Como veremos, desde la perspectiva discursiva, que es acorde con la Ecología Política de la Diferencia, no existe tal contradicción.

En tal sentido, el trabajo citado en la introducción, que relativizaba la importancia de estudiar los medios de comunicación, y proponía realizar estudios empíricos, lo hacía a partir de la metodología del focus-group sobre la lectura de los diarios (Olausson, 2011). Desde su punto de vista, la lectura de los diarios no modifica sustancialmente el pensamiento, incluso en algunos casos se presenta una crítica explícita a estos contenidos. Por supuesto, que el discurso no se reproduce de forma lineal entre un medio y su

audiencia, pero esta aseveración debe ser también puesta en debate.

Particularmente, la metodología del grupo focal es una instancia de laboratorio en la cual no se presentan las condiciones normales en la cual los ciudadanos reciben información de los medios. De hecho, la instancia misma remarca la objetivación de la práctica, es decir, que existe una conciencia asumida de la lectura del periódico, por lo cual el sujeto está condicionado a producir respuestas sofisticadas. Del mismo modo, el estudio no aborda la relación previa de cada individuo con los diarios estudiados para conseguir resultados más elaborados.

Desde este punto de vista, es necesario poder considerar la instancia de recepción del discurso mediático de una forma tal que se acerca al real funcionamiento de la circulación discursiva. Al mismo tiempo, deben considerarse otros elementos que permiten conocer el poder de los medios en la sociedad, que no se limita al vínculo con un lector individual, sino que remite al funcionamiento de lo ideológico en una sociedad. Para todo ello, es necesario

explicitar qué entendemos por la realidad ideológica en el campo ambiental, especialmente del cambio climático.

3.1. La realidad ideológica del cambio climático

En su libro *La sociedad del riesgo mundial*, el sociólogo Ulrich Beck reflexiona sobre las causas de la crisis ambiental. Y se pregunta entonces: ¿Cuán real es la catástrofe climática? (Beck, 2008:127). El autor sintetiza las posiciones de una serie de autores, denominado “el debate realismo - constructivismo” para responder al interrogante ya citado.

Entre las conclusiones, rescata la idea de un “constructivismo realista”, en la cual contamos con dos conceptos para explicar la ‘fabricación’ de la realidad. Por un lado, primordialmente cognoscitivo, como construcción del saber; y por el otro, con un contenido de acción, capaz de producir cambios materiales.

Aquí es necesario introducir conceptos propios de la teoría del discurso, recuperando el trabajo de Bajtin / Voloshinov. En el libro *El marxismo y la filosofía del lenguaje* se parte justamente de una crítica del concepto de conciencia, para reforzar el aspecto material del signo. En el mismo sentido, más adelante explica la existencia de una doble realidad. La primera realidad es la percibida, mientras que la segunda realidad es la que el signo refleja o refracta, y allí se inscribe en el terreno de la ideología.

Este señalamiento tiene relación con la distinción que hace Bajtin entre los géneros primarios y los géneros secundarios. Es decir, lo ideológico está en todas las interacciones discursivas, pero también puede pensarse que los signos son más refractarios mientras más mediada esté la experiencia directa. Esto ocurre en los géneros discursivos secundarios, como es el discurso científico, político y periodístico.

En un enfoque similar, Michel Pecheux aportó el concepto de formaciones ideológicas (1978). El mismo se propone como renovación de la categoría de “Aparatos Ideológicos del Estado de Althusser, de los cuales uno de los más importantes son los medios de comunicación. También recupera el aporte de Foucault en el estudio de las formaciones discursiva, con sus características de regularidad en la dispersión.

Así, para Pecheux, la noción de formación es clave: No son los objetos ideológicos regionales tomados uno por uno, sino la división misma en regiones (Dios, la Ética, la Ley, la Justicia, la Familia, el Conocimiento, etc.) y las relaciones de desigualdad - subordinación entre esas regiones lo que está en juego en la lucha ideológica” (2003:159). Por lo tanto, retenemos aquí que la formación ideológica establece relaciones de jerarquización - subordinación entre distintos campos discursivos, como pueden ser los dominados por el Mercado, el Estado y el Ambiente, entre otros.

3.2. Hacia el estudio de las formaciones ideológicas ambientales

Dentro de la Ecología Política, Enrique Leff es quien se ha referido en varias oportunidades al concepto de formación ideológica. En principio, destaca que el término no puede quedarse en el término de la “toma de conciencia” (Ecología y Capital). En otro

trabajo, destaca que las formaciones ideológicas son organizadas a través de relaciones de poder.

Así enfatiza la disputa de sentidos y los intereses en conflicto que atraviesan el campo ambiental.

Sin embargo, quien ha realizado los mayores esfuerzos en este campo académico es Escobar. Sobre todo en dos capítulos de *El final del salvaje*, realiza reflexiones importantes sobre la lucha ideológica entre distintos discursos sobre el ambiente. Es interesante, por ejemplo, que en el capítulo nueve distingue entre cuatro discursos sobre la biodiversidad. Una es la perspectiva globalocéntrica de los gobiernos del Norte, otra es la perspectiva de la soberanía nacional de los gobiernos del Tercer Mundo, otra es la perspectiva de la biodemocracia de las ONGs progresistas y la última es la perspectiva de la autonomía cultural de otros movimientos sociales.

En nuestro caso, hemos aplicado sobre todo la clasificación entre el discurso globalocéntrico y el discurso de la soberanía nacional, que también puede aplicarse al debate actual sobre cambio climático (Gavirati, 2012b). Por supuesto, no alcanza solamente con diferenciar entre Norte y Sur pero sí es imposible no hacer esta distinción analítica que nos da una idea de la disputa geopolítica sintetizada en el Protocolo de Kyoto. En un trabajo en elaboración, sostenemos que pueden cruzarse dos ejes, uno es el geo-político, y otro es el eje sustentable-ecológico, entre las posturas más desarrollistas y otras más ambientalistas. Esto alcanzaría para diferenciar al menos cuatro grupos importantes entre los gobiernos que participan en las negociaciones climáticas.

	Norte (Países desarrollados)	Sur (Países No Desarrollados)
Poca importancia ambiental	“Desarrollo”. Umbrellas (EEUU)	“Derecho al desarrollo”. Grupo Basic (China).
Más importancia ambiental.	“Desarrollo Sustentable”. Unión Europea (Alemania).	“Alternativa al desarrollo capitalista”. Grupo Alba (Bolivia).

En este cuadro, podemos observar que las distintas soluciones geopolíticas al cambio climático presentan al menos cuatro posiciones según los grupos de países involucrados. Es decir, sobrepasan la división entre los países desarrollados y los países en desarrollo. Desde este punto de vista, también los medios de comunicación se posicionan en esta realidad compleja, aunque en algunos casos vuelven a simplificar la situación en un enfrentamiento paradigmático entre Estados Unidos y China.

3.3. La lucha ideológica ambiental en los medios de comunicación

En su obra *The politics of environmental discourse*, Maarten Hajer afirma: “El conflicto ambiental ha cambiado. Se ha vuelto discursivo. El foco no está más en la cuestión de si hay crisis ambiental, es esencialmente sobre su interpretación” (1993, pp. 13-14). Según la teoría de los discursos (Verón, 1984), la propia enunciación de la “crisis ambiental” es ya discursiva. La referencia tal vez se entienda mejor si decimos que los riesgos de la modernidad implican un inequívoco proceso de mediatización. Así entendemos mejor porque Hajer explica esto al decir que la realidad es reemplazada, primero por extrapolaciones de computadoras, y luego por conferencias de prensa (1993:21). Este reemplazo de la realidad es la segunda realidad de la que habla Bajtin.

Y, en este mismo sentido, los medios de comunicación son fundamentales en esta lucha (ideológica) por la interpretación de la crisis ambiental. Sobre todo, no es posible la percepción directa de un problema ambiental como en cambio climático. Por ello la mediatización (Verón, 1998) es un proceso ineludible, y es así que los medios están en el medio de toda discusión sobre el ambiente, que puede entenderse también en los términos de la lucha hegemónica que plantea Ernesto Laclau.

En este sentido, entonces, volvemos a afirmar la importancia de estudiar los medios de comunicación, porque en el espacio mediático se dan muchas de las luchas entre estas formaciones ideológicas ambientales. Es decir, tanto los gobiernos que participan de las negociaciones climáticas, como distintas organizaciones sociales, tienen interés en participar de este debate mediático.

Para constatarlo, solamente basta con revisar los discursos de los líderes mundiales en Copenhague, muchos de los cuales daban cuenta de que los ojos del mundo (las cámaras) están puestos en esta reunión. La COP-15 no fue productiva en alcanzar acuerdos, pero desde este punto de vista contribuyó para profundizar el estudio del debate ideológico sobre el cambio climático. En el mismo sentido, se escucharon algunos discursos diferentes, como los que hablaron de la Madre Tierra y el Buen Vivir de parte de los países del ALBA. Este tipo de debates también estuvo presente en los medios de comunicación, con las propias diferencias que encontramos entre ellos. Y es aquí entonces importante estudiar si estas diferencias corresponden por ser diarios de derecha o de izquierda. Pero también del Norte o del Sur geopolíticos. O también si todos tienen una posición desarrollista o cuánto espacio le dan a los discursos ambientalistas dentro de su línea editorial.

4. Aplicación de concepto de formación ideológica al análisis del discurso periodístico

En esta sección, pondremos en discusión algunos de los lineamientos teóricos expuestos, con el fin de avanzar en propuestas en una agenda académica. Con fines ejemplificadores, tomaremos como referencia el trabajo “Ideologies overruled? An explorative study of the link between ideology and climate change reporting in dutch and French newspapers” de Astrid Dirikx y Dave Gelders (2010), que justamente pone en discusión el vínculo entre las ideologías de los diarios y la cobertura del cambio climático. Como consideración general, podemos advertir que falta una profundidad mayor en la

consideración del concepto de ideología, que los autores a su vez remiten al trabajo de Carvalho (2007).

En las condiciones actuales, seguir privilegiando el debate ideológico como una contraposición entre izquierda y derecha es una simplificación excesiva de la realidad, aún cuando a esta contraposición se la matice con expresiones como centro-derecha o centro-izquierda. Como hemos adelantado, desde la Ecología Política, sobre todo, se analiza como tanto derecha (liberalismo) como izquierda (socialismo) generalmente coinciden en posiciones de carácter desarrollista o extractivista. Pero más importante aún, la cuestión de qué significa una ideología de izquierda en un país no es lo mismo que en otro país, si tomamos en cuenta la importancia de la geopolítica. Es por ello que debe valorarse el concepto de formaciones ideológicas, que nos habla de ideologías concretas, cuyos discursos podemos estudiar en particular.

La cuestión anterior no es anecdótica, sino que se relaciona con los supuestos del trabajo de Dirikx y Gelders. Este carácter simplificado de las ideologías es el que permite comparar en forma cuantitativa el discurso sobre el cambio climático en diarios de Inglaterra, Francia y Holanda. Es cierto que entre las discusiones del propio trabajo se hacen aclaraciones que buscan explicar las diferencias entre cada nación (aún cuando todas forman parte de la Unión Europea, son importantes). No obstante, en nuestra perspectiva, se hace necesaria una mayor profundización de este punto, en tanto puede llegar a modificar incluso el análisis de los resultados, como veremos en lo siguiente.

En forma complementaria, también podemos precisar más la ideología de un periódico en el concepto de contrato de lectura que justamente considera la cuestión de la competencia entre los medios para definir su relación enunciativa con un lector ideal (Verón, 1985).

4.1. Análisis críticos de los tres elementos de la ideología

En base a lo anterior, en el trabajo puesto en discusión, la cuestión compleja de la relación entre ideología y cobertura del cambio climático se reduce a tres elementos.

La primer variable, la scientific certainty revela que no tiene aplicación y en las discusiones se argumenta que this issue became less outspoken and journalists started to focus on other aspects of the climate change. Aquí agregamos que no se trata de una excepción, sino que se explica justamente porque las formaciones ideológicas son históricas, y tienen su pertinencia en cada sociedad. Por caso, en Estados Unidos esta cuestión es todavía objeto de debate, como incluso señala otro trabajo de los mismos autores (2008). Y la hipótesis más certera es que se trata sobre todo del lobby empresarial, no porque su periodismo sea más pluralista, ya que no hay pruebas de ello. Esto nos lleva a otra consideración: el análisis discursivo de lo ideológico en un periódico debe conectarse con lo ideológico en los partidos políticos, las empresas, y otros sectores sociales.

La segunda variable es más controvertida, ya que presenta una relación entre ideología y dramatización. En este análisis, sugerimos incorporar el concepto de “contrato de lectura” (Verón, 1985). Por el contrario, no resulta posible desde el punto de vista teórico vincular directamente izquierda con dramatización. En este caso, los resultados

fueron expuestos en el sentido de que la hipótesis se comprobaba en Francia pero no en Holanda. Observado desde otro punto de vista, podemos decir que en promedio ambos diarios holandeses fueron más “dramáticos” que los franceses. En este nivel puede haber análisis más fructíferos, ya que las diferencias entre las culturas nacionales son importantes en este tipo de cuestiones. No obstante todo ello, Dirikx y Gelders (2008) afirman que la prensa estadounidense es más neutral que la inglesa y la alemana, otro trabajo específico sobre este tema demuestra la presencia de una perspectiva apocalíptica en Estados Unidos, lo cual coincide con la formación discursiva de las películas de ciencia ficción de Hollywood.

Por último, la tercera variable se relaciona más con un aspecto preciso de la ideología en el sentido clásico, ya que tiene que ver con el rol del Estado en la mitigación del cambio climático. Aquí existe una vinculación clara con la problemática de la solución del cambio climático, a nivel del debate geopolítico. En este tema, los problemas pueden aparecer al menos en dos puntos diferentes. Por un lado, los autores señalan como una variable para estudio de los periódicos de izquierda que se critica “la inacción del gobierno” frente al cambio climático, pero esto debiera contextualizarse para conocer la afinidad del periódico en relación con el gobierno. Por otro lado, y más importante, el llamado a la acción del periódico hacia el gobierno no puede ser considerado de forma abstracta, porque aquí radica la discusión del Principio de las Responsabilidades Comunes pero Diferenciadas. Esto último es el trasfondo de la aclaración expuesta al discutir este resultado, al decir:

Los negociadores franceses han sido uno de los mayores defensores de la reducción de emisiones vinculantes en comparación con la oposición ejercida por Holanda. Es decir, que aquí es necesario realizar una lectura que interprete la geopolítica al interior de la Unión Europea. Bajo esta consideración, si la hipótesis de los autores se cumple para los diarios franceses pero no para los holandeses, debemos también considerar una contrahipótesis. En tal sentido, podemos postular que los periódicos de izquierda apoyan la posición de su Estado, que en el caso de Francia implica mayores reducciones de emisión, mientras que para Holanda se considera que esto no debe ser así. Una vez más, para hacer este análisis con la complejidad necesaria, es preciso profundizar el concepto de ideología aplicado a los diarios, que en este caso podría considerarse oficialista (o incluso “nacionalista”) para explicar mejor su performance discursiva.

Del ejercicio analítico anterior, un postulado se destaca. El análisis discursivo de un periódico no puede estar circunscripto a un periódico. Esto lo deja en claro Eliseo Verón al criticar el análisis inmanente que es propio del análisis de contenido. De tal modo, que el estudio de las formaciones ideológicas debe justamente identificarlas a través de distintas instituciones (los aparatos ideológicos del Estado de Althusser). Por lo tanto, la referencia al Estado y a la particularidad de cada nación es insoslayable. Pero esto no significa detener el estudio aquí, porque como nos enseña la Ecología Política, la discusión de la crisis ambiental, y sobre todo del cambio climático, está inscrita en el sistema-mundo, por lo cual se constituyen formaciones ideológicas transnacionales (similar al concepto de Hajer, transnational coalitions). En este sentido, sobre todo en las naciones dependientes (también llamadas sub-desarrolladas), la discusión ideológica se referencia con un posicionamiento geopolítico.

4.2. Aportes de estudios propios en Argentina

En este punto, incorporo algunos puntos de mi trabajo sobre el caso de Argentina, en relación con las tres hipótesis que se discutieron antes. El mismo fue presentado en una edición anterior de Razón y Palabra (Gavirati, 2012a). El tema tratado fue la cobertura de tres periódicos de carácter nacional (Clarín, La Nación y Página 12) sobre la Cumbre de Copenhague.

En primer lugar, debe decirse que en los tres diarios, a pesar de sus divergencias ideológicas, no existe discusión sobre la certeza científica del cambio climático. En tal sentido, el consenso en Argentina sobre la responsabilidad antrópica del cambio climático es muy alto, por lo que no constituye un tema de distinción competitiva, en los términos del contrato de lectura.

En referencia al dramatismo, el diario que podría llamarse left-wing (Página/12) en los términos aquí empleados (sin obviar las críticas hechas) adopta una postura más bien neutral, pero entre dos diarios que pueden incluirse ambos en la categoría right-wing se encuentran las mayores divergencias, puesto que uno (Clarín) es el más “catastrofista” (por su contrato de lectura como diario popular, cercano al sensacionalismo), y otro (La Nación) el más moderado en la cobertura (por su contrato de lectura como diario serio, de la elite intelectual).

Acerca de la tercera variable, por un lado debe puntualizarse que el diario que puede clasificarse como left-wing tiene una postura oficialista” al defender la postura del actual gobierno argentino que las mayores reducciones deben hacerlas los países desarrollados. Por otro lado, mi trabajo sobre todo se enfocó en términos de geo-política, por lo cual es interesante observar como el mismo diario (Página/12) destacó la postura de países de América Latina (sobre todo, Venezuela y Bolivia), mientras que en los otros dos diarios, uno (Clarín) tuvo una postura más cercana al gobierno de Estados Unidos, mientras que otro (La Nación) se posicionó más cercano a los países que lideran la posición de la Unión Europea (Alemania, Francia).

La última consideración sobre mi trabajo es que el “espectro ideológico” abarcado por los tres diarios es solamente una porción del debate ambiental. En términos de Escobar, representa solamente las posturas globalocéntrica y de la soberanía del tercer mundo. Para ello, también recuperamos la distinción entre periodismo sobre el ambiente (en el nivel de lo enunciado) de un periodismo ambiental” (en el nivel del enunciador). Aún si existiera un periodismo con perspectiva ambiental (los discursos de la autonomía cultural y de la bio-democracia de Escobar) sería necesario también precisar el lugar que ocupa ese periodismo en la jerarquía del diario. Para ello, podemos utilizar también la reflexión de Pecheux sobre las relaciones de jerarquía / subordinación entre los distintos campos temáticos: ¿Qué lugar (qué sección, qué importancia relativa) ocupa el Ambiente? Este tipo de cuestiones también puede aplicarse a los análisis de los diarios de Europa y Estados Unidos.

5. A modo de conclusión

La visión idealista sobre los medios de comunicación masivos no toma en consideración que los periódicos están inscriptos en una lucha ideológica, que se explica

por los intereses económicos y políticos. Por lo tanto, es necesario adoptar una postura crítica, aunque mencionando también que es posible impulsar algo similar a una conciencia ecológica en los medios. Sin embargo, debemos aclarar que esto sería posible por la lucha al interior de este aparato ideológico del Estado, en términos de Althusser.

Por supuesto, la visión marxista de la ideología no es suficiente para analizar la crisis ambiental. Por ello, la Ecología Política de la Diferencia nos brinda mayores herramientas conceptuales, que pueden muy bien combinarse con aportes como los de Pecheux. El punto que se destaca es que al analizar discursos debemos sobre todo indagar las relaciones que ocurren (jerarquía / subordinación) y que constituyen una “formación ideológica” concreta. Volvemos a sostener que el rol de los medios es fundamental por el carácter necesariamente mediático de la percepción del cambio climático. Esto no significa que sea el deseado idealmente, pero no podemos prescindir del análisis crítico, porque justamente nos permitirá avanzar en este sentido. En tal sentido, podemos discutir también que la principal estrategia metodológica sea estudiar cuál es su relación con la audiencia”(Olausson, 2011). Este concepto es importante, pero impreciso, en tanto pone en segundo plano aspectos fundamentales del rol de los medios en el debate ideológico. Más aún, si se elige la metodología del focus-group, que implica un grado importante de artificialidad, y nos aleja del modo real en que operan las ideologías.

Así, el análisis discursivo de un periódico debe dirigirse hacia todas sus condiciones productivas. Es decir, debe relacionarse en primera instancia con discursos de otros periódicos, con los cuales compite por obtener el favor de las audiencias. Sin embargo, debe profundizarse el estudio para decir que el medio está en el medio de otras instituciones o grupos que no pueden generalizarse en el término amplio de audiencias. Sobre todo, debemos estudiar la relación del diario con el discurso del gobierno de su país, y de otros países; con empresas nacionales y transnacionales, con distintos movimientos sociales. El análisis ideológico adquiere entonces profundidad para utilizar el discurso como un objeto que nos habla de relaciones de poder / saber, que son la base profunda de la crisis ambiental. Solamente así podemos acercarnos al debate de cuál es la solución que se propone en torno al cambio climático. Porque esta solución, sin dudas, estará inscrita en una posición ideológica dentro del campo discursivo ambiental.

Para ilustrar esto, hemos puesto en discusión algunos trabajos que presentan contribuciones relevantes en el estudio de la cobertura mediática del cambio climático, pero que en nuestra perspectiva deben profundizar sus análisis, en la medida que incorporen el trabajo teórico sobre la dimensión ideológica del debate ambiental. En el mismo sentido, algunos aportes de trabajos realizados sobre el caso argentino pueden contribuir en este esfuerzo académico, en tanto también aportan una perspectiva desde el Sur, cercana al enfoque de la decolonialidad del saber- poder.

En definitiva, entre las conclusiones provisionarias de este trabajo, podemos considerar que pensar en cómo se tratan las soluciones al cambio climático dentro de los medios masivos de comunicación no puede entenderse de forma cabal sin que el estudio académico admita que estas instituciones (los mass media) forman parte de un debate ideológico que tanto los excede como encuentra en ellos un lugar significativo.

Referencias

- BECK, Ulrich (2008), *La sociedad del riesgo mundial*. Paidós, Barcelona.
- BORRAT, Héctor (1989), *El periódico actor político*, GG Comunicación, Barcelona.
- CARVALHO, Anabela (ed) (2008), *Communicating Climate Change: Discourse, Mediations and Perceptions*, Braga, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho.
- CARABAZA y otros (2007), “Cobertura del medio ambiente en la televisión mexicana”, *Comunicación y Sociedad*, enero-junio, número 7, Universidad de Guadalajara, México.
- 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.
- DIRIK, A. y GELDERS, D. (2008), “Newspaper communication on global warming: Different approaches in the US and the EU?”, en Carvalho (ed), *Communicating Climate Change: Discourse, Mediations and Perceptions*, Braga, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho.
- ESCOBAR, Arturo (1996), *La invención del Tercer Mundo, Construcción y deconstrucción del desarrollo*, Fundación Editorial El Perro y la Rana, Caracas, 2007.
- ESCOBAR, Arturo (1999), *El final del salvaje: naturaleza, cultura y política en la antropología contemporánea*. CEREC, Bogotá.
- ESTEINOU MADRID, Javier (2000, mayo - julio), “Ecología, medios de comunicación y cambio de conciencia humana”, *Razón y Palabra*, Recuperado el 15 de octubre de 2011 de: <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n18/18jesteinou.html>
- ESTEINOU MADRID, Javier (2004, abril - mayo), “Medios de información. Construcción de una Política de Comunicación Ambiental en el Valle de México”, *Razón y Palabra*.
- Recuperado el 15 de octubre de 2011 de <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n38/jesteinou.html>
- FERNÁNDEZ REYES, Rogelio (2003), “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/cccs/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/
- GAVIRATI, Pablo (2012a), “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.
- GAVIRATI, Pablo (2012b), “La COP-15 en los principales diarios argentinos. Un estudio sobre la construcción discursiva del Cambio Climático”; Trabajo de Investigación Final; Especialización en Comunicación y Medio Ambiente, Universidad Nacional de La Plata.
- GAVIRATI, Pablo (2013), “Mediatizar el ambiente; ambientalizar los medios. Tensiones en torno al discurso periodístico sobre el cambio climático”, en Fernández Reyes, R. (Dir.), Mancinas-Chávez, R. (Coord.), *Medios de comunicación y cambio climático*, Fénix editora, Sevilla.
- HABERMAS, Jürgen (1962), *Historia y crítica de la opinión pública*. Gustavo Gili, Barcelona, 1981.
- HAJER, M. (1995), *The politics of environmental discourse*, Clarendon Press, Oxford.
- HARVEY, David (1996), *Justice, nature, and the geography of difference*, Blackwell, Oxford.
- HARVEY, David (2004), *El 'nuevo' imperialismo. Acumulación por desposesión*, Disponible en <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/social/harvey.pdf>
- LEFF, Enrique (2006), “La Ecología Política en América Latina. Un campo en construcción”, en Alimonda, Héctor (comp.), *Los tormentos de la materia*, CLACSO, Buenos Aires, 2006.
- MARTINI, Stella (2000), *Periodismo, noticia y noticiabilidad*, Norma, Buenos Aires.
- OLAUSSON, Ulrika (2011), “‘We’re the Ones to Blame’: Citizens’ Representations of Climate Change and the Role of the Media”, *Environmental Communication*, Vol. 5, N° 3, septiembre de 2011.
- PECHEUX, M. (2003), “El mecanismo del reconocimiento ideológico”, en ZIZEK, (comp.), *Ideología, un mapa de la cuestión*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- PECHEUX, M. (1978), *Hacia un análisis automático del discurso*, Gredos, Madrid.
- 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 (1975 – 1984), *La semiosis social*, Editorial Gedisa, México, 2004.

VERÓN, Eliseo (1998), “Mediatización de lo político”. En: Gauthier, G. et al. (comp.). *Comunicación y política*. Gedisa, Barcelona.

¹ Pablo Marcelo Gavirati es licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires (UBA). Culminó su Especialización de Comunicación y Medio Ambiente de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP). En la actualidad, concluye sus estudios el Doctorado en Ciencias Sociales de la UBA. Se desempeña como becario de posgrado del CONICET. Es también colaborador del sitio www.comambiental.com.ar E-mail: pblogavirati@gmail.com