

Treball de Fi de Grau

Títol

Anàlisi del tractament de les notícies de
Medi Ambient als informatius televisius
generalistes espanyols

Autoria

Oriol Martínez Cañas

Professorat tutor

Iliana Ferrer Rodríguez

Grau

Comunicació Audiovisual	
Periodisme	X
Publicitat i Relacions Públiques	

Tipus de TFG

Projecte	
Recerca	X

Data

Maig 2021

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	Anàlisi del tractament de les notícies de Medi Ambient als informatius televisius generalistes espanyols		
Castellà:	Análisis del tratamiento de las noticias de Medio Ambiente en los informativos televisivos generalistas españoles		
Anglès:	Analysis of the treatment of environmental news in the spanish general media		
Autoria:	Oriol Martínez Cañas		
Professorat tutor:	Iliana Ferrer Rodríguez		
Curs:	2020/21	Grau:	Comunicació Audiovisual
			Periodisme
			Publicitat i Relacions Públiques
			X

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Medi ambient, presència, anàlisi, informatius, televisió generalista.
Castellà:	Medio ambiente, presencia, análisis, informativos, televisión generalista.
Anglès:	Environmental, presence, analysis, news, general television.

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	L'objectiu d'aquest treball és analitzar les notícies de medi ambient de les cadenes generalistes espanyoles. La metodologia utilitzada és quantitativa amb l'anàlisi de contingut. Els resultats de la investigació reflecteixen l'escassa presència i rellevància que tenen les notícies de medi ambient a les cadenes generalistes de televisió.
Castellà:	El objetivo de este trabajo es analizar las noticias de medio ambiente de las cadenas generalistas españolas. La metodología utilizada es cuantitativa con el análisis de contenido. Los resultados de la investigación reflejan la escasa presencia y relevancia que tienen las noticias de medio ambiente en las cadenas generalistas de televisión.
Anglès:	The objective of this work is to analyse the environmental news of the Spanish generalist channels. The methodology used is quantitative with content analysis. The results of the investigation reflect the scarce presence and relevance that environmental news has on the generalist television networks.

Índex

1.	Introducció	3
1.1.	Objecte d'Estudi	3
1.2.	Objectius	4
1.3.	Preguntes d'Investigació	5
1.4.	Hipòtesis	6
1.5.	Fitxa Anàlisi	6
2.	Marc teòric	14
2.1	La Informació	14
2.1.1.	La importància de la informació al segle XXI	14
2.1.2.	La informació a les cadenes generalistes	16
2.1.3.	Gèneres periodístics a televisió	18
2.1.4.	Estructura dels informatius	19
2.2	El periodisme ambiental	21
2.3	Marc Contextual	24
3	Teories de la comunicació que relacionem amb el nostre estudi	30
3.1	Agenda Setting	30
3.2	Metodologia	31
3.2.1	El mètode: Anàlisi de Contingut	33
3.2.2	Univers i mostra	35
3.2.3	Variables	36
3.2.4	Disposició	37
4	Exposició de resultats	39
4.1	Presència a l'Agenda Mediàtica	39
4.1.1	Anàlisi general	39
4.1.2	Anàlisi específic: TV3	40
4.1.3	Anàlisi específic: TVE1	42
4.1.4	Anàlisi específic: Antena 3	43
4.2	Rellevància Agenda Mediàtica	44
4.2.1	Anàlisi General	45
4.2.2	Anàlisi Específic: TV3	48
4.2.3	Anàlisi Específic: TVE1	50
4.2.4	Anàlisi Específic: Antena 3	52

4.3	Fonts	54
4.3.1	Anàlisi General	54
4.3.2	Anàlisi Específic: TV3	57
4.3.3	Anàlisi Específic: TVE1	58
4.3.4	Anàlisi Específic: Antena 3	60
4.4	Temàtica	61
4.4.1	Anàlisi General	61
4.4.2	Anàlisi Específic: TV3	66
4.4.4	Anàlisi Específic: Antena 3	75
5	Conclusions	77
6	Bibliografia	82

1. Introducció

Per finalitzar els meus estudis de periodisme he volgut lligar els meus dos grans interessos i alhora preocupacions; el periodisme i el medi ambient. El planeta Terra pateix una crisi mediambiental de grans consideracions, doncs amb el nou segle, ha augmentat de forma potencial el risc de destrucció de la Terra. Murray Boockchin, pioner en l'ecologia social, ja exposava amb preocupació la situació i situava l'acció humana com a gran culpable i principal factor de la transformació radical (Janet Bihel, 2017).

Segons dades que hem pogut extreure del “Barómetro Juvenil 2019 sobre política y activismo” realitzades pel Centre Reina Sofía, 7 de cada 10 joves tenen com una de les seves preocupacions la crisi ambiental. La preocupació per un futur millor són les proclames dels joves en diferents manifestacions dels últims anys, i la preocupació pel futur del planeta resulta inquietant per la majoria. Ara mateix, vivim en moments convulsos; l'arribada de grans fenòmens meteorològics en els darrers anys fa augmentar la preocupació i aposta per la conscienciació.

El periodisme s'ha de presentar com l'eina de divulgació del canvi i l'aparador de denúncia per tal de crear consciència mediambiental. Vivim en un estat d'emergència constant en termes del medi ambient, i el periodisme no nodreix suficient als seus espectadors sobre l'estat actual en què vivim.

Aquest treball vol demostrar que l'interès que tenen els mitjans pel medi ambient és poc notori o irrisori amb molts casos. Les notícies mediambientals, tenen molt poca cabuda en els informatius dels diferents grups informatius del país.

El periodisme ha estat l'eina d'informació en els processos de transformació social, com també l'altaveu, la crítica o la denúncia. Ara no es pot quedar enrere, i ha d'invertir més minuts en informar, explicar, criticar o denunciar la terrible crisi que pateix el planeta Terra.

1.1. Objecte d'Estudi

Els objectes d'estudi d'aquest treball final de grau són:

- El Medi Ambient.
- Els informatius televisius dels mitjans generalistes en la seva franja de màxima audiència de les cadenes generalistes: TV3, TVE1 i Antena3.

La tesi del treball escull com objecte d'estudi els informatius de les cadenes generalistes de televisió. Les notícies són el format amb major repercussió pel que fa a espectadors i oients dels mitjans i per aquest motiu i pel fet de tenir uns rols i característiques d'identitat de la pròpia cadena, ha estat el tipus de format escollit per l'objecte d'estudi.

Dins dels propis informatius, analitzarem la quantitat de notícies ambientals que s'hi troben. Posarem en qüestió la poca freqüència d'aquest tipus de notícies i alhora volem realitzar una crítica fonamentada al nou model d'informatius.

1.2. Objectius

El canvi climàtic és una de les problemàtiques més greus d'aquest nou segle. Científics, institucions i grans organitzacions que lluiten per frenar-lo, fa anys que alerten de la forta deriva que porta el Planeta. Aquestes darreres dècades s'han aconseguit grans esforços en la lluita contra el canvi climàtic, així com grans pactes mundials.

Ara bé, tot i que la Unió Europea ha posat el canvi climàtic com un dels punts principals de la seva agenda, Espanya segueix a la cua dins dels països que prenen mesures en aquest sentit. La situació d'Espanya és preocupant i els mitjans generalistes del país no contribueixen a millorar-la.

Creiem que els mitjans de comunicació són una eina de divulgació i denuncia molt important per la societat. Les informacions de medi ambient han de ser protagonistes en els informatius dels canals generalistes, per fer d'altaveu i posar de relleu la greu situació que viu el Planeta.

Amb aquest treball d'investigació, volem analitzar quina és la importància de les informacions ambientals en els informatius, quantificant la seva presència i mostrant la rellevància. Els objectius d'aquesta investigació són els següents:

Objectiu general

L'objectiu general de l'anàlisi es basa en mesurar la presència de les notícies de medi ambient en el informatius de les cadenes generalistes de televisió d'Espanya, i per fer-ho, cal definir els subgèneres ambientals que ens ajudin a demostrar quins tenen major importància respecte els altres.

L'objectiu general també pot dividir-se en dues preguntes d'investigació o en dues hipòtesis d'estudi:

- Pregunta 1: És el medi ambient part de l'agenda mediàtica dels mitjans informatius generalistes espanyols?
- Pregunta 2: Quin és el percentatge de presència de la informació relacionada amb el medi ambient en els programes informatius espanyols?

Hipòtesis

- Hipòtesi 1: El mitjans generalistes espanyols no inclouen a la seva agenda diària les notícies mediambientals. I quan hi trobem notícies relacionades, sempre són a conseqüència de les catàstrofes naturals.
- Hipòtesi 2: Creiem que el percentatge d'informació relacionada amb el medi ambient en els informatius dels mitjans generalistes espanyols és escàs. Quantificant el nombre de peces informatives ambientals a la setmana (dilluns a diumenge), pensem que sortiria una mitja de 2 peces.

Objectius específics

1. Quantificar les notícies de medi ambient en els informatius a les cadenes generalistes analitzades i identificar-ne la seva rellevància.
2. Determinar les diferents àrees o subtemes dins del periodisme mediambiental.
3. Identificar i quantificar les fonts que apareixen a les peces informatives

1.3. Preguntes d'Investigació

En aquesta secció ens qüestionarem sobre els nostres objectius específics:

1. Quina és la quantitat de notícies de medi ambient en un informatiu d'una cadena generalista?
2. Sabem què són notícies de medi ambient? Quina rellevància tenen les informacions ambientals?
3. Quines són les fonts més utilitzades per les notícies mediambientals?
4. Tenim periodistes especialitzats en el medi ambient dins els informatius de les cadenes generalistes?
5. Els informatius generalistes del nostre país saben identificar els diferents temes de medi ambient?
6. Quins són els temes més recurrents als mitjans d'informació generalistes? Sempre són els mateixos temes, o hi ha varietat?

1.4. Hipòtesis

Amb la construcció dels objectius específics hem trobat les tres variables d'estudi que es troben en tots els objectius.

Aquests tres objectius seran els que convertirem en les tres hipòtesis d'investigació que ens ajudaran a fer un anàlisi més profund de la situació.

- Hipòtesis 1: Les notícies ambientals no formen part de l'agenda mediàtica dels mitjans generalistes. Les cadenes televisives aposten per un altre tipus de contingut en les seves informacions.
- Hipòtesis 2: La manca de fonts especialitzades en les notícies ambientals provoca al públic una manca d'informació important.
- Hipòtesis 3: Els espectadors i oients dels informatius dels mitjans generalistes no saben identificar les notícies ambientals, ja que dins del periodisme generalista no es diferencien els diferents subtemes, i provoquen una confusió generalitzada.

1.5. Fitxa Anàlisi

Per poder realitzar un anàlisi de les notícies relacionades amb el medi ambient, utilitzarem una fitxa d'anàlisi fonamentada per estudis de professionals previs, i

d'elaboració pròpia i especial per aquest treball. En la fitxa, hem intentat triar els principals criteris, elements pròpies de notícies del medi ambient, per tal de poder identificar de manera correcta de les diferents peces informatives triades.

Taula 1. Fitxa anàlisi

Identificació

- 1) Número
- 2) Data
- 3) Cadena
- 4) Dia de la setmana
- 5) Títol de la notícia

Rellevància

- 6) Duració de la peça
- 7) Duració de l'informatiu
- 8) Gènere Informatiu
- 9) Ubicació (jerarquització)
- 10) Titulars (sumari)

Tractament del Contingut

- 11) Inclusió de fonts experts
- 12) Inclusió fonts activistes
- 13) Inclusió de fonts de periodistes especialitzats
- 14) Altres
- 15) Referència antecedents
- 16) Temàtica

Font: Pròpia

Aquesta taula elaborada especialment per aquest treball i seguint la seva pròpia tesi, s'ha utilitzat per analitzar cadascuna de les notícies trobades en els informatius de les diferents cadenes, i mitjans informatius de televisió i ràdio.

Com ja hem indicat anteriorment la nostra mostra d'estudi es centra en tres canals de ràdio, i tres canals de televisió. En la nostra mostra trobem varietat, ja sigui de caràcter regional o estatal, i varietat en el què es refereix com empresa pública o privada. Les franges horàries són importants en el nostre anàlisi ja que, hem decidit que per tal que l'anàlisi tingui més importància hem escollit aquells informatius que tenen més "share", i per conseqüència més incidència a l'espectador.

A continuació explicarem de forma breu la definició de cada categoria de la fitxa d'anàlisi a la que han estat sotmeses les nostres peces, així com també sigui una eina útil per resoldre diferents dubtes sobre certes categories.

- **Número:**

Las peces informatives estaran enumerades de forma nominal per tal de situar-les dins de la base de dades, així com per poder portar a terme un ordre en el procés de quantificació de la fitxa d'anàlisi.

- **Data**

Hem escollit triar les dues darreres setmanes del mes de desembre de 2020, i les dues primeres setmanes del mes de gener del 2021. Aquestes setmanes han estat triades de forma aleatòria.

- **Cadena**

Aquesta variable en permetrà buscar les diferències i comparacions amb les cadenes generalistes de televisió: TV3, TVE i Antena 3. I les cadenes de ràdio: Catalunya Ràdio, RNE, i Cadena SER. Es tracta d'un element important pels espectadors saber d'on provenen les notícies informatives, i quina paper tenen dintre de l'agenda dels diferents mitjans. Juntament amb les tres grans variables de l'estudi ens permetran treure conclusions i respondre així les preguntes de la investigació.

- **Dia de la setmana**

El dia de setmana s'utilitzarà com a dada identificativa de la fitxa d'anàlisi. La mostra de dies de la setmana triada comprendrà de dilluns a diumenge.

- **Títol de la notícia**

Identificarem el títol de la notícia tal com surti en el sumari dels informatius; normalment situat a la part inferior de la pantalla com a “kyron”. Pel que respecte a la resta de notícies relacionades amb el medi ambient que no surten al sumari inicial, escriurem el títol tal com representa aquell mitjà la notícia. La redacció del titular, tindrà com objectiu en primer terme identificar el tema, i en segon lloc, identificar altres variables importants del nostre estudi, com per exemple: d'on prové la notícia, quin subtema de medi ambient es refereix, etc.

Rellevància

- **Duració de la peça**

La peça informativa es mesurarà des del “lead” del presentador, els “off” conductors, i les intervencions dels reporters i fonts de la peça. LA duració de la peça informativa s'expressarà en segons. Té un valor important conèixer la duració de la peça informativa, ja que ens permetrà mesurar la importància que es concedeix a les notícies que volem analitzar. Aquesta dada ens permetrà treure les conclusions més estadístiques, i podrem treure valors per un anàlisi quantitatiu.

- **Duració de l'informatiu**

La duració de l'informatiu és un valor a tenir en compte per tal de treure conclusió respecte a les nostres peces informatives analitzades. Volem entre altres coses, analitzar la quantitat de minuts que reben les notícies de medi ambient; i és per aquest motiu que necessitem veure quin és el valor total de l'informatiu per extreure resultats finals. La duració de l'informatiu és una constant que no és sempre la mateixa, ja que l'actualitat modifica cada dia el resultat final.

- **Gènere Informatiu**

Els generes informatius que identificarem en aquest punt són els següents: La notícia, la crònica, l'entrevista i l'enquesta, El reportatge, el documental, el comentari l'editorial.

També inclourem, tot i tenir menys incidència en els programes informatius generalistes, el debat i la tertúlia.

Per tenir major qualitat en el nostre estudi, volem tenir documentat quin són els generes més utilitzats per les notícies o peces sobre medi ambient. Aquesta variable pot donar diferents respostes, de com el periodisme utilitza sempre els mateixos recursos o fomenta la diversitat informativa per explicar les notícies de medi ambient.

- **Jerarquització**

Quan parlem de variable d'ubicació, ens volem referir a la posició jeràrquica que està situada aquella notícia a l'informatiu. Es tracta d'una dada important. La jerarquització reflecteix una situació de poder respecte un tema. Com més endavant surti la notícia més rellevància per l'espectador.

Les notícies principals reben millor resposta dels espectadors. La capacitat dels oients es veu minvada amb el pas dels minuts dels informatius. "Com que aquestes indicacions gairebé mai no succeeixen, se suposa que "l'espectador" està mirant cada segon quan, de fet, fins a un 10% pot sortir de l'habitació en un punt determinat de la transmissió televisiva mentre els nivells d'atenció es mouen amunt i avall, sovint fins al punt ni tan sols mirar la pantalla, depenent del que transpiri al programa i de si algú o alguna activitat interromp el "visor" (Friedman, W., 2018, p. 1).

És per aquest motiu que és vital analitzar la posició de les notícies a l'informatiu. Ho identificarem de la següent manera: Dividirem l'informatiu en quatre parts. La primera part, a partir d'ara 0, serà on trobarem el sumari dels diferents titulars, així com també les notícies d'última hora.

La següent part es tracta de la introducció, l'anomenarem 1. Es troben les informacions més rellevants de l'informatiu. Destaquen les informacions d'actualitat o les temàtiques amb major pes de l'informatiu.

La tercera part es tracta del nus de l'informatiu, anomenarem 3. Trobem que en molts informatius utilitzen aquesta part per desenvolupar generes informatius més complets com l'entrevista, el reportatge o petits documentals. Tot i ésser situat al final de l'informatiu, té molta importància i rellevància en televisions regionals, ja que els

permet fer incidència a problemàtiques o denúncies importants. Normalment per l'escassetat de temps dels informatius aquest bloc només trobem una notícia.

La quarta part de l'informatiu és la darrera part de l'informatiu. És tracta d'una ubicació molt endarrerida, però sol ser utilitzada per algunes cadenes televisives per desenvolupar reportatges de denúncia o notícia-reportatge.

- **Titulars (sumari)**

Es important senyalar si en aquesta variable d'anàlisi surten els titulars de les notícies de medi ambient en el sumari de les notícies. El sumari és una bateria de notícies una darrera l'altre amb les que introdueixen l'informatiu. És un punt important de l'anàlisi perquè és un factor important de captació i retenció dels espectadors. A més, en el sumari et permet analitzar quina importància tenen uns temes respecte altres.

Tractament del Contingut

- **Inclusió de fonts experts**

En el llibre d'estil de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), trobem una cita que volem destacar per tal de definir les diferents variables, referides a les fonts. "Tenint en compte l'interès informatiu, no silenciem ni menystenim cap persona, institució o empresa, encara que ens posi traves per cobrir una notícia. Les desavinences que hi pugui haver amb una font no són motiu per prescindir-ne i desequilibrar una informació."

El tractament de les fonts d'experts és important per tal de donar un apunt de qualitat a les notícies. Les notícies poden ser realitzades com ja sabem de moltes maneres, però ara bé, la incorporació d'experts és important per tal de donar més veu a la ciència i aportar dades racionals als problemes.

Moltes vegades trobem que les peces informatives, es fan ressò de fets, o els manca contextualització dels antecedents. És per això que creiem primordial, la inclusió de les fonts d'experts per tal de donar una visió més contextualitzada del problema o la notícia.

- **Inclusió fonts activistes**

Igual que parlàvem anteriorment amb la incorporació de la paraula dels experts, els activistes ens donen a més un altra punt de vista més social al problema. La inclusió de fonts d'activistes ens permetran assenyalar a més, que les notícies hauran estat treballades i contextualitzades per tal de donar totes les veus possibles.

- **Inclusió de fonts de especialistes**

Les fonts especialitzades té una base molt important per les notícies científiques i de medi ambient. El periodisme científic té una base de documentació i especialització important, que permet a l'espectador tenir una visió més documentada de la informació.

Tenim diferents tipologies quan ens referim a fonts especialistes. En primer terme, trobem els periodistes especialistes en aquell tema científic o medi ambiental. Professionals amb gran trajectòria sobre la matèria, i amb gran experiència sobre aquell tema o altres semblants.

Per altra banda, l'opinió d'experts i estudiosos. Podem fer ús d'especialistes o tècnics que es dediquen a la recerca i l'estudi del tema, i també incloem a tots aquells experts que hi treballen.

I finalment la inclusió d'aportacions científiques en format visual, o investigacions per organismes o institucions científiques encarregades a la recerca i documentació.

- **Antecedents**

Una de les premisses de la creació de bona informació, ha de ser sempre la recerca, documentació i la contextualització. En les notícies relacionades amb el medi ambient trobem fonamental introduir o recordar alguns antecedents per tal de fer més entenedora les informacions.

No resulta fàcil trobar aquesta particularitat en les informacions, ja que els darrers anys les peces informatives de ràdio i televisió han evolucionat per la immediatesa, l'entreteniment i la fugacitat.

El canvi climàtic, les destrosses forestals o la manca de cabal els rius necessiten d'una contextualització per tal d'explicar perquè hem arribat a les situacions que avui esdevenen notícia.

- **Temàtica**

La temàtica és una de les variables més importants del nostre treball. Aquesta variable ens permetrà donar resposta a les preguntes d'investigació que fan referència, a quins temes són els més utilitzats en les informacions ambientals en els telenotícies.

La categorització de la temàtica la trobem definida anteriorment en la secció de les variables, i en aquesta part indiquem que serà objecte d'estudi en la nostra base de dades.

Hem elaborat una categorització dels temes primaris, amb l'objectiu d'identificar i quantificar quines categories són les més utilitzades. I juntament en cadascun dels temes secundaris ens permetrà resoldre si existeix monopolització temàtica o per contrari, les notícies ambientals tenen una gran temàtica heterogènia.

2. Marc teòric

És en aquesta part quan recollim totes les teories per tal de posar les bases al nostre estudi. Hem escollit tots els aspectes bàsics i més rellevants en l'àmbit de la comunicació que tenen una relació directe amb el nostre estudi. La recol·lecció dels conceptes té els següents objectius; per una banda construir i desenvolupar una bona metodologia; i per altra banda adquirir els conceptes i teoria suficient per tal de respondre els resultats de la investigació.

En el nostre marc teòric mostrarem les diferents teories sobre dos grans eixos d'estudi, en primer terme el medi ambient, i la seva relació amb el món de la comunicació. Necessitem explicar sobre el que s'ha investigat i plasmar els estudis i investigacions que s'han realitzat sobre aquesta àmbit.

El segon eix teòric que mostrarem en aquesta part és les rutines de producció dels informatius així com les característiques de les notícies informatives. Així doncs, en aquest marc teòric descriurem: el periodisme medi ambiental, els gèneres informatius que trobem als informatius, les teories de la comunicació que relacionem amb el nostre estudi, l'estructura dels informatius.

2.1 La Informació

La paraula informació forma part de l'imaginari col·lectiu en tots els sectors de la societat. Al segle XXI tenim present que l'accés a la informació és un dret que hem adquirit com a societat democràtica aquestes últimes dècades. Trobem important destacar-ho en el marc teòric, per tal de reflexionar sobre la importància dels informatius a les cadenes generalistes, així com l'ús de la informació específica. En aquest bloc, també voldrà explicar els diferents gèneres informatius, i la seva estructura.

2.1.1. La importància de la informació al segle XXI

Som fills de la democràcia, fills dels drets i fills de la llibertat. Vivim en una societat que ha nascut amb els drets i garanties que no han viscut el nostres pares i avis. Aquest

fet ens ha fet perdre moltes vegades la perspectiva, i sens dubte no valorar i lluitar per tot el què tenim.

Aquesta petita reflexió serveix per explicar la importància de defensar el dret de la informació, plural, i lliure. Com a periodistes és important recordar, que no sempre hem pogut gaudir plenament d'aquest dret ja sigui per l'ús particular o l'ús professional. Pellegrini (1993) defineix com hauria de ser l'equilibri entre llibertat i igualtat, amb el dret d'informar-se:

Para lograr un equilibrio entre libertad e igualdad en una Sociedad democrática, es necesaria la voluntad política compartida de garantizar la libertad de prensa, de modo que haya un cabal reconocimiento de la libertad de expresión y del derecho de la Sociedad a informarse debidamente (p.1).

Per tant, davant les paraules de Pellegrini, podem afirmar que a la societat moderna tal i com la coneixem, els conceptes democràcia i mitjans de comunicació, formen una unió indissoluble. No podem dir que hi ha democràcia sinó existeix premsa lliure. I al contrari, la informació lliure no té cabuda en cap altra sistema polític.

Aquesta última dècada han sorgit diferents teories que expliquen el declivi dels dos conceptes. “La simbiosis social entre democracia y comunicación se ha profundizado en las últimas décadas, aunque recientemente esta evolución conjunta parece insertarse en una dinámica —que llamaremos de acuerdo con la formulación de Charles Tilly— de desdemocratización” (Zeller, C., 2016, p.100).

El concepte de ‘desdemocratització’ de Tilly (2010) sorgeix arrels de les greus crisis econòmiques viscudes a Europa voltant els anys 2007 i 2008. Tilly (2010) incorpora la idea de democratització quan comencen a fer fallida les democràcies consolidades. La democratització és la conseqüència de la manca de transparència dels governs i el buit polític en els països desenvolupats.

Arrels de la gran crisis a finals de la primera dècada dels segle XXI, existeix un descontentament per part de la ciutadania amb les institucions i organismes públics. Les decisions polítiques enfront les crisis que es van viure a diferents països de la Unió Europea, van tenir greus conseqüències en el progrés econòmic de la Unió.

El descontentament i la imperfecció de la política, és important en la creació del pluralisme comunicacional. Es produeix a principis de segle l'increment de majors publicacions periodístiques a causa del malestar de la societat. I és en aquest moment quan canvien les dinàmiques comunicacionals; l'espectador té veu pròpia i deixa de tenir aquest paper passiu en la comunicació.

El nou paper del públic és fonamental, ja que té el poder d'accedir de forma ampla i global a un conjunt extens i plural de fonts i notícies, i té la capacitat de poder analitzar-les i triar-les segons li convingui. Aquest procés individual ajudarà a la persona consumidora d'informació a elaborar la seva pròpia opinió i adquirir una capacitat crítica.

I en acabat, perquè continuï havent aquesta sinergia entre democràcia i comunicació, els mitjans de comunicació han d'actuar d'àrbitres entre els dos actors. En primera instància, els mitjans han d'oferir les seves eines per poder impulsar el debat i l'anàlisi, i fer partícip al públic de la democràcia. I en segona instància, els mitjans de comunicació han d'exercir d'altaveu, i denúncia per tal de garantir la democràcia.

2.1.2. La informació a les cadenes generalistes

En les últimes dècades la comunicació està en constant transformació, i els informatius de tot el món també s'han sumat al canvi radical. Espanya també s'ha submergit a la corrent de la resta de països del món i en els últims 10 anys s'han vist canvis notaris en els informatius de les cadenes generalistes.

Sembla que davant el canvi han sorgit dos models totalment oposats. En primer terme, les televisions que decideixen apostar per un model que s'anomena "tradicional", on predomina un to i contingut rigorós, característic dels últims temps i amb referents periodístics enunciant les informacions.

En segon terme, trobem el model que s'anomena sensacionalista, on trobem un llenguatge més vulgar, i es caracteritza per mostrar informacions poc treballades i amb gran dosi d'espectacle.

Però a finals de segle XX sembla que es consolida el segon model, i passa per sobre del tradicional, deixant petits reductes. Oliva i Sitjà, (2011), descriuen en el seu estudi les diferents causes que han portat aquesta transformació dels informatius:

La competición entre empresas de comunicación, las nuevas tecnologías, la formación de grandes empresas con múltiples medios y múltiples negocios, la pérdida de poder de los periodistas sobre la información en estas nuevas empresas y la conversión de la noticia en un producto más para vender llevó a lo que se llamó de varias formas: las nuevas noticias, periodismo centrado en el mercado, infoentretenimiento (infotainment) o noticias blandas (soft news) (p. 59).

El mercat audiovisual ha evidenciat el canvi de format dels informatius. Les empreses de comunicació han adquirit un gran poder en la presa de decisions de les temàtiques periodístiques en els informatius, i són les encarregades de mesurar quin contingut genera més audiència. Els interessos econòmics han provocat una crisi en l'àmbit de la comunicació de grans dimensions. El disseny del nou producte informatiu ha provocat grans conseqüències pel públic. Tot i existir un descontentament amb els mitjans, sembla que les dades d'audiència segueixen essent normals. Ara bé, l'indicatiu que fa replantejar el canvi de tendència és l'abandonament dels joves, doncs tal i com assenyala Elindrissi (2014) "la excepción, como era de suponer, son los jóvenes de entre 16 y 24 años, entre quienes el consumo de vídeo bajo demanda y la reproducción de contenidos en YouTube es mucho mayor".

L'arribada de les aplicacions d'internet és clau per entendre l'esdevenir de les peces informatives als telenotícies de les televisions. Existeix una preocupació per part de les empreses de comunicació, així com també de les diferents cadenes, en la retenció dels nous espectadors, els més joves de cada casa. Aquest factor ens ajuda a entendre com les informacions s'han vist obligades a reformar-se i dissenyar-se per fer atendre a criteris més entretinguts, ajudant així la captació dels "mil·lennials".

Aquest procés evolutiu es definit per Elindrissi (2014) com "Sistemas híbridos". S'utilitza el terme d'hibridació per fer referència a les dues formes de consumir els continguts.

Els podem consumir en aquell moment (en directe), i també els podem consumir “off-line” en les diferents plataformes que creen les cadenes de televisió.

El consum “off-line” té com a únic objectiu disputar el públic que visualitza contingut per altres plataformes no tradicionals. El paper de les grans empreses de comunicació és crear contingut similar al que ofereixen altres plataformes.

El contingut també rebrà modificacions en les seves informacions. El sistema híbrid té gran acceptació pel públic en general. Amb l'arribada de l'era digital els espectadors poden consultar el contingut informatiu en qualsevol moment des de les seves aplicacions digitals, i per altra banda el mitjà rep interacció des del primer moment.

2.1.3. Gèneres periodístics a televisió

Els gèneres periodístics de televisió estan vivint un procés de canvi i transformació radical. Si al segle XX teníem definit un format clar i categoritzat de tots els continguts; al segle XXI observem com existeix una heterogeneïtat de les informacions. Ens resulta complicat demostrar que les peces informatives es componen d'un únic gènere. Un dels teòrics que argumenta el canvi afirma:

Un gran supermercado, donde la ficción, la información el espectáculo y la publicidad forman un Totum revolutum en el que a veces la distinción de estos campos es casi imperceptible. Se trata de una oferta sinérgica y total, y de una lectura por parte del espectador cada vez más fraccionada y compulsiva (Cortés, 1999, p. 51).

Tot i què, estem vivint en un procés de canvi en la concepció dels gèneres televisius. Hem pogut identificar els diferents subgèneres televisius que es troben en els informatius, gràcies a l'anàlisi realitzat per Gordillo (2009).

Gordillo (2009) categoritza els gèneres de la forma següent: La notícia, notícia-reportatge, l'editorial, la crònica, l'informatiu diari, el reportatge, el documental, l'entrevista, la roda de premsa, el debat, l'informatiu temàtic.

"Los géneros televisivos surgen de acuerdo con la naturaleza cultural en la que se hallan inmersos, configurados por la cultura y la historia, como productos de la creatividad humana" (García, J.A. 2004, p.1).

Els gèneres informatius periodístics són un reflexa de la tradició popular i cultural. En aquest sentit els gèneres informatius tenen unes particularitats que identifiquem amb les nostres relació cultural. Els informatius és el gènere d'estudi de la nostra investigació. L'informatiu, es tracta com assegura Gordillo (2009), al gènere que ha sobreviscut a totes les transformacions viscudes a les darrers anys.

Els informatius trobem representats altres subgèneres informatius, i és per aquest motiu que moltes vegades trobem definit l'informatiu com el macro-gènere. Als informatius és comú trobar representades: notícies, reportatges, entrevistes, declaracions, cròniques, editorials, etc.

El noticiario es un discurso fragmentario desde su configuración estructural, sus contenidos temáticos y de adscripción genérica, así como por los elementos expresivos que lo conforman, sin olvidar los procesos de producción y recepción. Es, por tanto, un discurso coherente y análogo a las características esenciales del discurso televisivo en general. (Gordillo, 2009, p.58).

2.1.4.Estructura dels informatius

L'informatiu segueix una estructura molt definida des dels seus inicis. Aquesta estructura no s'ha vist alterada ni ha patit gaires canvis, i resulta molt fàcil d'identificar per part de l'espectador.

Hem triat l'estructura definida per Gordillo per poder identificar quines són les parts que formen un informatiu. L'informatiu de telenotícies tenen el següent format:

- **Capçalera**

Ens indica l'inici de l'informatiu. És un format audiovisual, que combina el vídeo més un conjunt de música característica que ens identifica amb el programa. A vegades pot aportar informació afegida com el dia i l'hora.

- **Salutació presentador**

El periodista dona inici a l'informatiu. Cada televisió varia el tipus de missatge d'inici i la forma en realitzar-ho. Les dues formes més comuns de realitzar la presentació solen ser assentat darrere una taula o de peu, exercint una forma més col·loquial.

- **Sumari**

És un resum dels titulars de les notícies més destacades de la jornada. Es troben les notícies més representatives, així com aquells fets que poden captar major atenció de l'espectador.

- **Notícies de portada**

Les informacions més importants de la jornada prenen protagonisme en aquest punt. El periodista dona major visibilitat a les informacions que són d'actualitat, i tenen major interès.

- **Blocs temàtics de notícies**

Als informatius trobem els blocs temàtics molt definits. Els més coneguts pels espectadors són els de política, economia, cultura o els esports. Però també em podem trobar d'altres com: successos, medi ambient, ciència, etc.

- **Notícia final**

En molts dels informatius hi trobem el bloc de la notícia final. Un espai dedicat a la pràctica del periodisme més especialitzat. En aquest bloc s'utilitzen formes més elaborades i treballades, com poden ser els reportatges o la notícia-reportatge.

- **Comiat presentador**

D'igual manera que el presentador s'ha presentat a l'inici, també s'acomiada al final. Lliga així amb un relat portat de principi a fi, on ha presentat l'actualitat diària del dia. Finalitza el seu discurs, sempre amb un comiat o donant pas a la secció meteorològica.

- **Capçalera de sortida**

Semblant a la capçalera d'inici ens indica el seu final. Amb l'ajuda de diferents elements audiovisuals com una tonada particular, la música i tot el conjunt audiovisual ens marca la fi.

2.2 El periodisme ambiental

El periodisme ambiental ha passat a ser necessari en el moment que el debat ambiental és present en el nostre dia a dia. Les veus més crítiques han posat en alerta a la ciutadania, y han evidenciat la problemàtica obrint un debat on participen tots els actors de la societat.

El model de desenvolupament del Planeta és el punt principal de debat dels diferents actors. Davant de l'emergència i el debat general que existeix davant la problemàtica, no trobem estudis en comunicació que s'especialitzin en l'àrea del periodisme.

La manca d'estudis periodístics ambientals que facin incidència en la problemàtica ambiental, preocupa, i molt. L'endarreriment dels estudis de comunicació ambiental, ens fan concloure, que el periodisme i la comunicació no està responent al debat social i ambiental actual.

Troblem els primers estudis a la dècada de 1970, realitzant estudis amb la premissa "d'estudis ambientals".

Si bien en un principio fue la ecología quien condensa los estudios destinados a satisfacer esta demanda social, crecientemente un gran conjunto de disciplinas de distinta procedencia abordan lo ambiental. Sin embargo, en una primera etapa no contempló el estudio de la sociedad humana más que a través de los factores disruptivos dentro del ecosistema natural (Gavirati, P.M., 2016, p. 112).

Una dècada més tard el medi ambient pateix una evolució social. En aquest sentit trobem els primers pensaments socials, amb autors com Edgar Morin. L'autor francès va escriure sobre la socialització de l'ecologia, designant el terme el "pensamiento ecologizado", un terme que incloïa els pensament de les ciències socials i humanistes:

Hemos llegado al momento histórico en que el problema ecológico nos demanda tomar conciencia a la vez de nuestra relación fundamental con el cosmos y de nuestra extrañeza. Toda la historia de la humanidad es una historia de interacción entre la biosfera y el hombre [...]. Desde ahora, la conciencia ecológica requiere un doble pilotaje: uno, profundo, que viene de todas las fuentes inconscientes de la vida y del hombre, y otro, que es el de nuestra inteligencia consciente (Morin, E., 1991, p.5).

És important destacar els apunts socials i humanistes per entendre la progressió i evolució posterior. L'entrada de l'humanisme crea una aplicació més global de les informacions, que permet arribar de forma més àmplia a tots els sectors de la societat.

Els anys 80 i 90 sorgeixen les primeres publicacions i els primers periodistes especialitzats en la matèria. És també en aquestes dècades quan s'inicien els primers programes educatius organitzats per diferents ONG's. Ja és en el nou mil·lenni quan veiem augmentada l'evolució, i trobem que s'introdueix temàtica ambiental en els programes i organitzacions internacionals, i s'inicien les primeres convencions ambientals.

És en aquest moment quan sorgeix la teoria de comunicació ambiental. Per tal d'explicar el concepte, hem escollit una de les definicions realitzades per Flores (2002): Conceptualitza la comunicació ambiental com:

La Comunicación Ambiental es un instrumento, una forma de comunicación educativa que permite que el conocimiento científico básico, para mantener la salud de nuestro medio ambiente y en consecuencia nuestra propia salud, se difunda y llegue a todos los sectores y actores sociales con el fin de que sus actividades no perjudiquen, dañen o causen procesos irreversibles de deterioro tanto en el medio ambiente como en la salud humana (p. 2).

Analitzant la cronologia de la comunicació medi ambiental ens adonem que el problema és sistèmic. Els periodistes els manca formació des de la base. Hem afirmat que es tracta d'un problema latent i de màxima preocupació per part de la societat, i realitzant un exercici d'autocrítica podem assegurar que el periodisme necessita formació de base per tal de comunicar informacions ambientals.

Flores (2002) realitza una radiografia sobre els professional de la comunicació, i afirma:

La Comunicación Ambiental no sea considerada como un área de especialización, y las Escuelas de Periodismo no la hayan incorporado en su pensum, se refleja en que frecuentemente los periodistas que escriben sobre temas ambientales incurren en graves errores de carácter técnico o científico y series distorsiones (p.7).

Avui en dia el periodista amb inquietuds ambiental, no té els suficients recursos per poder informar de la forma més correcte. El periodisme ambiental del segle XXI incorre en molts errors i en gran varietat d'impressions que provoquen greus conseqüències al públic. La escassa formació com deien, ens fa trobar errors en les informacions.

Un altra punt que hem de destacar del periodisme ambiental de l'actualitat és el tractament de les informacions. El periodisme de l'actualitat ha creat certes dinàmiques que han afectat també al periodisme ambiental. El tractament de les informacions, així com les pràctiques informatives, provoquen l'augment d'informacions reduïdes y simples. Parlem de simplicitat perquè el periodisme ambiental, ha de donar opcions, noves mesures i alternatives en les seves peces informatives.

Si definíssim com hauria de ser el periodisme ambiental, podríem fer un recull dels diferents autors i teories dels últims segles. En primer terme s'ha d'impregnar de contingut científic. Ha d'explicar de forma científica quines són les causes y conseqüències de les problemàtiques que son noticia. I per altra banda, ha d'impregnar-se de la vesant més social i humanista, i explicar els continguts de la forma més entenedora, i fer partícip als espectadors gràcies als seu missatge integrador.

Si hem d'apuntar quin ha de ser el perfil dels futurs professionals que decideixin explicar notícies de medi ambient, trobem necessàries les paraules de Flores (2002):

El periodismo ambiental no se puede quedar solamente en el nivel de la denuncia, sino que necesita incursionar en el análisis de problemas cuyo origen

frecuentemente es social y político, y en proponer soluciones. No es suficiente demostrar los efectos negativos en el medio ambiente tanto de ciertas políticas, proyectos como actividades, sino que es necesario plantear alternativas y soluciones viables (p.7).

2.3 Marc Contextual

El nostre objecte d'estudi son les notícies de medi ambient. La paraula medi ambient és molt genèrica, i moltes vegades quan ens referim a medi ambient en els mitjans de comunicació podem relacionar temes que no ho són.

Per això en el marc contextual volem definir que entenem per medi ambient. Sauvé (2003), “siendo una realidad culturalmente y contextualmente determinada, socialmente construida, escapa a cualquier definición precisa, global y consensual” (p.4). Però també és, “un conjunto de aspectos naturales y culturales que conforman el substrato unido a la actividad de los seres vivos, susceptibles de modificación por la actividad humana” (Castañón, 2006, p. 14).

La nostra definició de medi ambient podria ser la barreja de les dues definicions realitzades per Sauvé (2003) i Castañón (2006). El concepte medi ambient es tracta d'una realitat socialment construïda sense estar subjecta a cap definició precisa ni global, que intenta unir una sèrie d'aspectes naturals sobre l'activitat dels éssers vius, i subjectes a la modificació humana.

Una vegada elaborat una definició del que entenem nosaltres per medi ambient, també volem aclarir que volem aportar un valor afegit a la nostra definició. Els experts com ja hem vist argumentant que no hi ha una definició clara i objectiva del terme, i que el ventall pot ésser molt ampli. És per aquest motiu que dins de medi ambient, volem afegir-hi dins de la seva definició una secció on fem èmfasi de la modificació humana. La “modificació humana”, terme utilitzat per Castañón (2006), nosaltres l'hem interpretat en el nostre marc teòric com la crisi que viu el Planeta arran de l'acció de l'home.

Creiem important doncs, que dins del nostre marc teòric l'acció de l'ésser humà és determinant. Creiem doncs que un petit objectiu de la investigació és veure quin percentatge de notícies de medi ambient parlen sobre l'acció de l'home a la terra; i un dels exemples més recents i recurrents pels mitjans de comunicació és el canvi climàtic.

Com veureu en la nostra metodologia hem destacat tres grans temes: Medi Ambient, Naturalesa i Biologia, i Desenvolupament Sostenible.

Dins de la matriu medi ambient, ja definida anteriorment, hem afegit diferents termes que ens ajudaran a identificar les diferents notícies en els mitjans generalistes analitzats.

1. Medi Ambient

1.1 Contaminació

Segons dades extretes per Greenpeace, la contaminació atmosfèrica provoca 33.000 morts prematures a l'any a Espanya. Una altra dada important que destaca l'organisme, és que en la nostra sang hi ha 300 substàncies químiques contaminants que no tenien els nostres avis. Aquestes dades ens permeten justificar que la contaminació és un problema real per tots els individus del planeta, i què la Contaminació ha de formar part de l'agenda dels mitjans de comunicació generalistes quan fan referència a informacions de medi ambient.

1.2 Energia

És un dels temes que tenen més valor els últims anys. L'estalvi energètic com l'ús d'energies renovables forma part de l'agenda de molts mitjans. Ara bé, en aquest treball volem fer referència al fet noticiable i no al fet publicitari. Com bé afirma Montero (1994), "cada vez son más frecuentes las empresas que manifiestan unos dudosos "compromisos medioambientales" o que rotulan sus productos con la tranquilizadora, y poco fiable mientras no exista legislación al respecto, <<etiqueta ecológica>>" (p. 95).

1.3 Aigua

L'Aigua és un dels recurs més preuats que tenim al Planeta. En aquest sentit, destacar a Yuri Gagarin primer humà en posar-se en òrbita de la Terra, quan va veure el Planeta Terra per primer cop, va afirmar: "la Terra és blava". Aquest fet creiem que és important perquè som el Planeta d'aigua dins el sistema solar, i és el fet primordial de la nostra pròpia existència.

Les notícies relacionades amb aquest tema són escasses, i no tenen un paper protagonista en els informatius sinó parlem d'un altra fet relacionat al respecte. La manca d'aigua al planeta és preocupant i és tracta d'un bé escàs. És per això que dins aquest tema, intentarem analitzar quin protagonisme té dins l'agenda dels mitjans, i quina incidència tenen les notícies en els informatius generalistes.

1.4 Canvi Climàtic

És de ben segur la paraula més escoltada en els mitjans generalistes les últimes dècades. En el nostre imaginari col·lectiu és la paraula més recurrent per tots els espectadors, i tots els oients consumidors de mitjans.

Ara bé, la paraula és coneguda, però classificar la paraula en una temàtica resulta més difícil. Si realitzem un concepte propi del que significa diríem, que són les diferents conseqüències negatives de l'acció humana sobre el planeta Terra.

A Catalunya els darrers anys s'han impulsat diferents lleis, per millora del canvi clim. La Llei 16/2017, de l'1 d'agost, del canvi climàtic té com a finalitats reduir les emissions de gasos amb efecte d'hivernacle i afavorir la transició cap a una economia neutra en emissions. És important destacar aquesta llei autonòmica, perquè serà fonamental observar la relació que existeix amb la llei autonòmica amb la incidència respecte als mitjans públics autonòmics analitzats en el treball.

1.5 Catàstrofes Naturals

"La intensitat del perill natural (fenòmens naturals extrems) combinada amb la vulnerabilitat i l'exposició de les societats a aquests perills naturals que depèn del grau

d'adaptació, el que genera les catàstrofes naturals. D'alguna manera, sense exposició no hi haurà catàstrofe natural almenys pel que fa a les societats humanes". Un altra conseqüència de l'acció humana sobre el Planeta.

En el període analitzat en la mostra trobem la incidència del "Filomena", catàstrofe natural que serà analitzada per les diferents variables assenyalades en el nostre Treball. Volem destacar aquest subtema, perquè aquesta conseqüència forma part malauradament de l'agenda dels mitjans, ja que en els darrers anys estem vivint una constant deriva de catàstrofes que afectes tan a nivell local com mundial.

2. Naturalesa i Biologia

2.1 Conservació d'Espais

"La visió exocèntrica és la que projecten les entitats conservacionistes i ecologistes i altres moviments socials i intel·lectuals, però a la societat on vivim impera la visió antropocèntrica.[...] La conservació efectiva dels espais naturals no serà possible fins que la majoria de la població no assumeixi com a valor compartit la visió ecocèntrica de la natura" (Esteban, 2009).

Hem triat aquest fragment per il·lustrar com ha de canviar el paradigma quan parlem d'informació ambiental. La conservació d'espais ha de ser un dels subtemes importants en la divulgació ambiental en els informatius generalistes. El gran impacte que té el factor humà enfront el medi és importantíssim. És per aquest motiu que la informació relacionada amb la conservació i restauració dels espais és vital.

Una dada important que ens mostra l'estudi publicat per la Generalitat, és el següent: "Els boscos catalans incorporen cada any en forma de biomassa 4,5 milions de tones de CO₂ (gairebé un 8% de les emissions de gasos d'efecte hivernacle de Catalunya)."

Amb aquesta dada només volem fer evident, que els informatius generalistes poden evidenciar als espectadors que realitzant petites accions al medi natural podem reduir la problemàtica del canvi climàtic.

2.2 Plans de recuperació

Es tracten de notícies que tenen més cabuda en els mitjans específics. Es tracten d'aquelles notícies que provenen de fonts governamentals o d'organitzacions ambientalistes.

El motiu d'aquestes notícies té un valor molt més superficial. Com dèiem, aquestes notícies solen tenir un caràcter més publicitari, i moltes tenen la signatura d'aquells òrgans que han subvencionat les accions.

Ara bé, no totes les informacions tenen el segell publicitari governamental, i per tant, creiem que hauríem de ser incloses quan l'actualitat medi ambiental ho demani. Com per exemple, les accions pel canvi climàtic dictades per la Unió Europea, o la prohibició de la venda de plàstics.

2.3 Fauna en perill

Es tracta d'un dels temes amb major preocupació dins del món medi ambiental, però a la vegada és un dels que menor incidència té en els informatius de les cadenes generalistes.

És segurament un dels temes amb major sentiment empàtic per part dels espectadors. La situació de la fauna i flora del país és de les més preocupants dels darrers anys. "Catalunya ha perdut una quarta part de la fauna salvatge".

Ens fem ressò d'un titular de l'article del diari ARA que resulta preocupant, però encara més si destaquem que aquesta pèrdua ha estat el darrers 18 anys. Es tracta d'una quantitat tant gran, que només podem fer-nos a la idea si ho visualitzem d'aquesta manera: "com dir que de mitjana han desaparegut un de cada quatre exemplars de les poblacions de mamífers, peixos, rèptils i amfibis, ocells i papallones que poblen els diferents hàbitats, des de boscos i matollars fins a entorns de cultius i prats, rius o aiguamolls."

Vistes les xifres i les dades, sembla que visualitzar-ho a les notícies dels mitjans resulta essencial.

3. Desenvolupament Sostenible

3.1 Mesures

El desenvolupament sostenible és un dels temes més importants de l'agenda de la Unió Europea. El 25 de setembre de 2015 l'Assemblea General de les Nacions Unides va establir els objectius de desenvolupament sostenible per l'Agenda de 2030.

Arrels de l'Assemblea General, i amb l'establiment dels objectius molts països de la Unió han començat a adoptar mesures per tal de complir els objectius establerts.

En les peces informatives ambientals també hem de trobar reflectida, les accions governamentals per tal de fer efectiu el mandat establert per l'Assemblea General de les Nacions Unides.

3.2 Reciclatge

El reciclatge és un dels temes que ha tingut més cabuda en les últimes dècades als informatius generalistes. Des d'un inici les informacions tenien un component informatiu de com, i on s'han de depositar els residus que generem a les nostres pròpies cases.

Les notícies van ser repetides dia darrere dia, fins arribar al inconscient dels espectadors. Ara bé, amb el pas del temps, la problemàtica segueix vigent i sembla que les notícies no incideixen més sobre aquest tema.

Molts experts argumenten que el problema radica en la recerca i creació de les informacions sobre reciclatge. "Si entendemos que para mucha gente los residuos son algo de lo que hay que deshacerse, lo primero que debemos hacer es explicar y hacer comprender que los residuos son un potencial. Se trataría pues de dignificar el residuo."

Dignificar el residu passa per crear noves informacions que permetin trobar una altra forma més ràpida i eficaç d'arribar al espectador o oient. El periodisme ambiental, ha de generar contingut vàlid per poder ésser primordial en l'agenda dels informatius.

3 Teories de la comunicació que relacionem amb el nostre estudi

3.1 Agenda Setting

En aquest anàlisi del Tractament de les notícies de Medi Ambient als mitjans generalistes la teoria escollida i que per tant, ens basarem per tal de posar en pràctica la nostra investigació és l'Agenda Setting.

Quan parlem de la teoria de l'Agenda Setting hem de fer referència a MC Combs i Shaw. Aquests dos autors van establir que els espectadors prefereixen uns temes abans que un altres gràcies a la influència que creen els "mass media" en donar més importància uns respecte els altres.

Els diferents estudis sobre comunicació realitzats en les últimes dècades destaquen el poder i la gran importància dels mitjans a la societat. Trobem estudis que ens parlen de com existeix aquesta influència, no veiem cap estudi que ens parli de les dades sobre el poder dels mitjans. "El poder de los medios puede variar con el tiempo" (McQuail, 2000, p.501) Aquesta cita de McQuail (2000) explica com també aquesta influencia dels mitjans cap a la societat pot variar amb el temps, i què avui en dia en els diferents estudis no tenim cap resposta empírica al respecte.

"Los medios frecuentemente no tienen éxito al decirle a la gente qué tiene que pensar, pero tienen un éxito asombroso al decirle sobre qué tiene que pensar" (Cohen, 1993 p.13). Davant aquesta cita de Cohen (1993), definim com actua la teoria de l'Agenda Setting. A l'actualitat el públic utilitza les pistes, les idees, que li donen les notícies per construir la seva opinió.

No hay que descartar que la mayor o menor posibilidad de influencias de los medios depende también de los momentos más o menos críticos de la sociedad. Parece que en los tiempos de crisis los medios tienden a ser más influyentes [...] También se ha demostrado que los medios tienen más influencia cuando se trata de noticias que no se conocen ni se pueden conocer

directamente, sino únicamente por la información que dan los medios (Rubio, 2009, p.1).

Aquesta teoria que explica Rubio en el seu article d'investigació, és una de les variables del nostre treball. Quan expliquem una notícia que prové de zones menys conegudes per nosaltres, tendeixen a ser més influents per l'opinió pública. És important destacar que la distància o la ubicació del fet noticiable és un factor important per actuar i crear aquesta influència en la nostra pròpia opinió.

Per poder parlar de com actuen els mitjans de comunicació per tal de formar una "opinió pública" recollirem certes cites del llibre de Lipman (1922) titulat "Opinió pública". Lipman (1922), ens explica que els mitjans que generen informació són una font primària, però no la única. L'ésser humà està format per altres fonts primàries que desenvolupen i arriben a formar la nostra opinió pública.

Una de les premisses que volem destacar en el nostre marc teòric és que : "el grado de sintonización entre la agenda mediática y la del público, es directamente proporcional a la exposición del público a los mensajes de los medios" (McCombs, 2004, p. 256).

3.2 Metodologia

En aquest Treball Final de Grau (TFG), "Anàlisi del tractament de les notícies de Medi Ambient als mitjans generalistes", volem demostrar:

- a) Reconèixer les diferents teories i totes les investigacions que s'han realitzat anteriorment sobre el nostre estudi.
- b) Identificar autors que puguin contextualitzar el nostre objecte d'estudi, per tal de donar una visió més narrativa sobre l'anàlisi.

La recol·lecció d'una bona documentació és la base que sustenta la metodologia del treball. La recerca ha estat fixada en tots aquelles investigacions referents a dos grans ítems: Els mitjans de comunicació i informació, i el medi ambient. Tot el material utilitzat està classificat de la forma següent:

- Articles referents amb mitjans especialitzats.
- Cerca de material informatiu especialitzat (tesis, tesines, ponències, articles, xerrades, debats, etc.) trobat en arxius bibliotecaris i/o base de dades de facultats.
- Cerca en base de dades d'organismes especialitzats en la matèria.
- Llibres especialitzats.
- Cerca en base de dades online.

Les paraules clau triades per realitzar l'estudi han estat:

- Medi ambient
- Comunicació
- Periodisme
- Informació
- Estructura dels informatius
- Periodisme Mediambiental
- Informació ambiental

El procés de selecció de les mostres a estudiar segueix els següents passos:

- a) Selecció i cribratge d'informacions a partir dels títols i resums.
- b) Revisió i anàlisi dels textos complets de tots els seleccionats com estudis potencials per la investigació.

En primer terme, la recerca d'una bibliografia estava destinada a l'elaboració d'una bona metodologia del treball. Aquest procés consisteix en la selecció d'investigacions anteriors i la consulta d'autors anteriors a la nostra recerca.

La recerca de documentació té com objectiu establir precedents en la nostra investigació, documentar-los i citar-los en el moment que sigui precís. A més, la base narrativa investigada té com altre objectiu establir les bases per seleccionar la nostra fitxa d'anàlisi.

Per tant, podem dir que el primer estadi ha estat escollir les diferents teories sobre les notícies ambientals en els informatius generalistes i les referències anteriors al nostre estudi.

El primer pas, ha estat l'anàlisi teòric de la nostra investigació, punt principal del nostre treball per tal de situar en quin punt ens trobem i per evidenciar, en el nostre cas, que no es tracta d'un tema massa documentat.

Al tractar-se d'un tema amb poca documentació específica, hem obert el camp de rastreig i hem utilitzat autors i títols més propers a altres temàtiques relacionades, com pot ésser el camp científic o tecnològic. Aquestes altres temàtiques ens han ajudat a respondre diferents preguntes que ens van sorgir en la investigació:

- Quines definicions trobem de notícies de medi ambient?
- Quines són les característiques de les notícies ambientals?
- Quines eines ens permetran identificar les notícies de medi ambient?

En el segon estadi de la metodologia s'han desenvolupat unes variables d'estudi. Aquestes respondran els objectius de la investigació i intentaran respondre les preguntes i hipòtesis del nostre treball.

Una vegada definides i elaborades les diferents variables, la nostra tesi intentarà respondre de forma científica la presència de les notícies de medi ambient en els mitjans generalistes espanyols, mitjançant un anàlisi quantitatiu.

3.2.1 El mètode: Anàlisi de Contingut

La base metodològica d'aquest treball serà de tipus quantitatiu. Per tal de portar a terme aquesta metodologia hem utilitzat l'anàlisi de contingut amb l'objectiu d'examinar la cobertura o seguiment informatiu de les notícies relacionades amb el medi ambient.

“La metodología orientada a los estudios de los fenómenos reales y de finalidad predictiva, el análisis de contenido, posee características fundamentalmente empíricas y exploratorias, es aplicable a todas las formas de comunicación y sectores de las ciencias humanas a través de su código lingüístico, aportando una enunciación cuantitativa más convincente a los estudios de los fenómenos simbólicos y, a la vez buscando su papel social, sus

efectos y significados, evaluando críticamente los hallazgos existentes en directo y estableciendo, sin embargo, el objetivo de la investigación (Krippendorff, 1990, 2013, Bardin 2011)”.

Estem d'acord amb els autors en referència a l'anàlisi de contingut; i és per això que en destaquem i diferenciem dos tipus d'anàlisis per l'estudi del nostre treball. L'Autor Berelson (1952) va conceptualitzar-la en els mitjans de comunicació com “una tècnica d'investigació que té com finalitat la descripció objectiva, sistemàtica i quantitativa del contingut manifestat de les comunicacions” (p.18). A més, assegura que perquè aquest mètode pugui tenir validesa científica ha de sotmetre's a les tres regles més rellevants. (Kientz, 1974, Kerlinger, 1986, Igartua, 2006, Bauer, 2007).

Fent ressò de la conceptualització Kientz (1974) i Kerlinger posteriorment al 1986 van definir que un anàlisi de contingut és objectiu, sistemàtic i quantitatiu.

- **Objectiu.** És segurament el procés més difícil del nostre anàlisi, ja que cap de les nostres variables pot incidir a canviar els resultats si la investigació va a càrrec d'un altre investigador. És per això que hem de definir unes variables explícites, per tal que el resultat no variï si es modifica l'investigador.
- **Sistemàtic.** Quan parlem d'aquesta regla ens referim a que farem servir sempre el mateix sistema o regles en tot el procés d'anàlisi de la nostra mostra. Cadascun dels valors escollits per ser analitzats en la nostra mostra seguiran els mateixos criteris.
- **Quantitatiu.** Finalment aquesta regla ens permet enumerar, classificar i ordenar el material obtingut en la nostra investigació.

L'anàlisi de contingut s'estructura en una sèrie de fases, doncs la metodologia s'ha de realitzar de forma que permeti a altres investigadors, en diferents situacions o circumstàncies, obtenir resultats similars a l'aplicar la mateixa tècnica. Al tractar-se d'un anàlisi científic hem d'establir una metodologia apropiada i un bon disseny dels diferents elements de la investigació (Kientz, 1974, Krippendorff, 1990, 2013, Igartua, 2006, Casetti, di Chio, 1999).

3.2.2 Univers i mostra

Aquest estudi compren com univers els informatius de televisió de les cadenes generalistes de televisió en la franja de major audiència del dia (franja de nit) – TV3, TVE1 i Antena 3- que van emetre durant dues setmanes el 2020 –del 7 al 13, i del 14 al 20 de desembre- i dues setmanes de l'any 2021 –del 11 al 17, i del 18 al 24 de gener-. Hem triat les dades que ens ofereix "La Asociación para la investigación de Medios de Comunicación" (AIMC, 2020). En base els estudis d'audiència realitzats l'any 2020, hem triat com a mostra d'informatius televisius les cadenes públiques de major audiència a nivell estatal (Televisión Española, TVE), autonòmica (Televisió de Catalunya, TV3), i la cadena privada amb major consum de minuts pels espectadors del país, en aquest cas, Antena3.

Finalment volem justificar el motiu de la quantitat d'informatius a analitzar. Com ja hem vist en les hipòtesis i preguntes d'investigació creiem que les notícies ambientals en els informatius generalistes son escasses. És per aquest motiu que hem decidit escollir una mostra més àmplia per intentar demostrar de forma científica que la hipòtesis que desenvolupem pugui ser certa.

En les següents taules observem més concretament i detallat com estarà compost el nostre univers:

Cadenes TV (Consultar annexos)

Taula 1: Mostra de la tesis (TV)

Cadena	Any	Mes	Dies	Informatius
TV3	2020	Desembre	- 7,8,9,10,11,12,13, - 14,15,16,17,18,19,20.	NIT
TV3	2021	Gener	- 11,12,13,14,15,16,17. - 18,19,20,21,22,23,24	NIT
TVE	2020	Desembre	- 7,8,9,10,11,12,13, - 14,15,16,17,18,19,20.	NIT

TVE	2021	Gener	- 11,12,13,14,15,16,17. - 18,19,20,21,22,23,24	NIT
Antena3	2020	Desembre	- 7,8,9,10,11,12,13, - 14,15,16,17,18,19,20.	NIT
Antena 3	2021	Gener	- 11,12,13,14,15,16,17. - 18,19,20,21,22,23,24	NIT

3.2.3 Variables

En aquest treball hem escollit les següents variables per tal de poder resoldre els nostres objectius d'estudi.

La primera variable a definir són les fonts que formen o componen la peça informativa que analitzarem. És per aquest motiu que tractarem de quantificar el número de fonts de la notícia (variable dependent); i per altra banda intentarem definir la tipologia de font (variable independent).

Les fonts ens permetran resoldre alguns dels objectius del nostre estudi, i els resultats de les variables ajudaran a treure unes bones conclusions finals de l'estudi.

La segona variable es tracta del tema de les peces informatives dels informatius dels mitjans generalistes. Hem definit un seguit de temes i subtemes amb l'ajuda de l'Informe de "la ciència i la tecnologia a la televisió d'àmbit català" realitzat per Gemma Revuelta i Marzia Mazzonetto per l'Observatori de la Comunicació Científica de la Universitat Pompeu Fabra a iniciativa del CAC (Consell Audiovisual de Catalunya).

Aquesta variable està subdividida en dues parts; tema primari i tema secundari. En el tema primari considerem les tres grans àrees que creiem importants en les informacions relacionades amb el medi ambient. Aquestes, diversificaran diferents categories d'informacions que creiem imprescindibles i pertinents en la nostra investigació. Tot seguit podeu veure les àrees i categories de la variable:

Periodisme Ambiental

Tres temes:

- 1. Medi Ambient**
 - 1.1 Contaminació**
 - 1.2 Energia**
 - 1.3 Aigua**
 - 1.4 Canvi Climàtic**
 - 1.5 Catàstrofes Naturals**
- 2. Naturalesa i Biologia**
 - 2.1 Conservació d'Espais**
 - 2.2 Plans de recuperació**
 - 2.3 Fauna en perill**
- 3. Desenvolupament Sostenible**
 - 3.1 Mesures**
 - 3.2 Reciclatge**

La tercera variable tracta la presència i rellevància de les peces de medi ambient en els informatius generalistes de les cadenes analitzades. La demostració quantitativa per mitjà de l'anàlisi de contingut és fonamental per demostrar en un primer terme els objectius específics, així com també resoldre les nostres hipòtesis.

Per quantificar la presència i rellevància de les notícies de medi ambient, hauran de respondre els diferents identificadors dissenyats a la fitxa d'anàlisi.

3.2.4 Disposició

Definits els objectius, les preguntes d'investigació i les hipòtesis d'estudi vam delimitar l'univers d'anàlisi el treball final de grau. Vam definir a continuació l'anàlisi de la mostra, y vam definir la unitat d'estudi que hem treballat. Abans d'iniciar l'anàlisi es van realitzar diferents proves per tal de testejar les categories, que ens van permetre modificar aquelles que no tenien cabuda en el nostre anàlisi. Es van detectar diversos

errors quan vam realitzar la primera prova de testatge i en conseqüència es va procedir a la seva modificació.

A continuació es va elaborar un manual de codificació, en el que vam explicar la definició de les diferents categories de contingut per poder dur a terme la prova. Aquesta prova va passar per altres mans, per tal de donar un punt de vista diferent al de l'autor, i així poder resoldre els dubtes sorgits, i prendre així les darreres modificacions.

Amb les darreres modificacions, es va procedir a la codificació dels informatius escollits a la mostra i amb la seva posterior anàlisi de les dades obtingudes.

4 Exposició de resultats

En aquest punt del treball mostrem els resultats obtinguts a partir de l'anàlisi de contingut dels informatius de televisió de les cadenes TV3, TVE1, i Antena 3. Les dades que comprenen la investigació estan dividides en dos segments: el primer són dels dies 7 de desembre al 20 de desembre; i el segon del 11 al 24 de gener.

La franja d'informatius escollida és el de les 21 hores. S'ha escollit aquesta franja, perquè es tracta de la franja horària amb major audiència d'espectadors; i per tal de poder tenir fiabilitat i major eficiència en els resultats s'ha decidit apostar per aquest horari.

Els resultats obtinguts en l'anàlisi dels diferents mitjans volen respondre als diferents objectius específics establerts en l'inici de la investigació.

4.1 Presència a l'Agenda Mediàtica

En aquest estadi de la investigació volem mostrar quin és el percentatge de presència de les notícies ambiental en els diferents mitjans. En primer terme analitzarem el conjunt en total, i tot seguit el detall en particular per cada cadena.

4.1.1 Anàlisi general

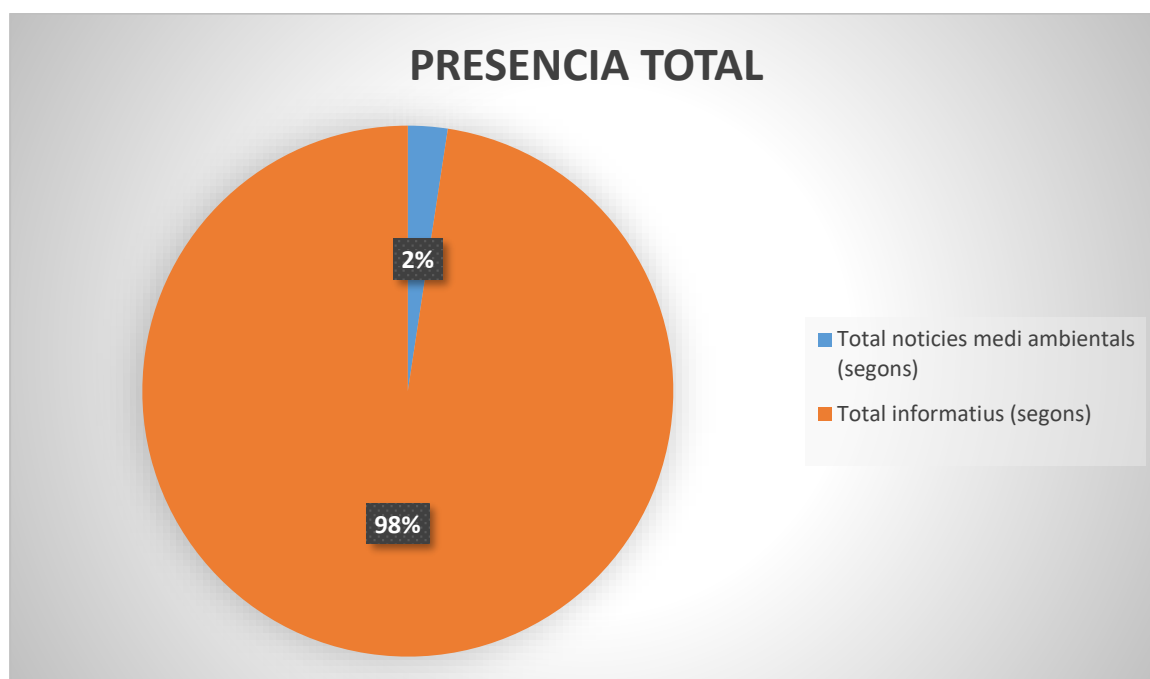
Per tal de representar la presència general de les notícies de medi ambient, es va disposar a analitzar el total de segons de les notícies ambientals, respecte el total de segons totals de durada dels informatius diaris.

S'ha escollit la franja nocturna, perquè segons els estudis d'audiència vam poder observar que és la franja amb major incidència dels espectadors, i per tant la franja que podria ser més útil per extreure respostes més exactes de les nostres preguntes de la investigació.

S'ha analitzat un total de 28 dies dividits en dues setmanes de desembre i dues setmanes de gener. S'han analitzat 84 informatius nocturns, d'on s'han extret 57

notícies medi ambientals. Sumant el total de segons de les notícies de medi ambient, i sumant el total de segons dels informatius hem pogut extreure les dades següents:

Gràfic 1



Font: Elaboració pròpia

Realitzant la suma del total de segons en les tres cadenes generalistes analitzades, el valor total és de 4.944 segons, de les 57 notícies analitzades. Per extreure el percentatge de presència del total de les 3 cadenes, hem realitzat també la suma dels segons totals dels 57 informatius. El valor total son 199.930 segons. Com podem observar en el gràfic aquesta quantitat resulta el 2% del total de presència als informatius.

4.1.2 Anàlisi específic: TV3

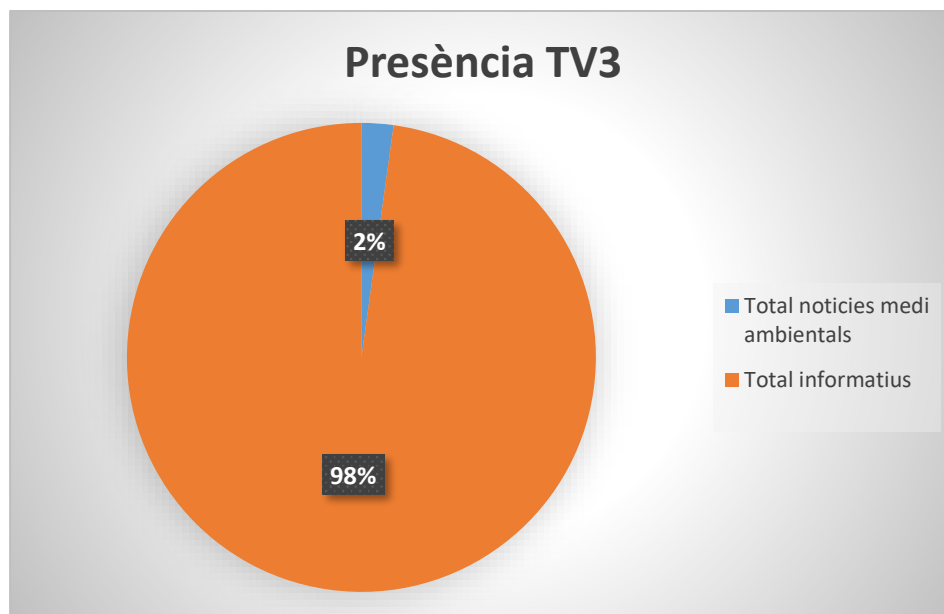
Analitzant els 28 informatius hem obtingut un total de 1535 segons de notícies medi ambientals. Aquesta totalitat de segons ha sorgit de la suma total de les 17 notícies obtingudes. Aquesta quantitat de segons obtinguda, resulta només un 2% de

presència respecte el total de segons de l'informatiu. Aquesta mitjana és escassa, i ens ajuda a esclarir algunes hipòtesis inicials del projecte. En l'anàlisi detallat de la cadena, hem observat algunes particularitats:

En primer terme ens adonem que es dediquen pocs segons en les peces informatives. Es tracten de peces curtes, i d'informació ràpida per l'informatiu. És tracta d'un fet característic de les peces informatives dels informatius nocturns, ja que solen ser més reduïts, i poc extensos. Aquesta característica també afecta a les peces de medi ambient, que solen ser més reduïdes.

Destacar que en l'anàlisi hem visualitzat com la televisió pública ha encadenat dies sense tenir als informatius cap presència de notícies de medi ambient en els seus informatius. La poca prioritat en les notícies s'ha vist reflectit en el percentatge escàs obtingut.

Gràfic 2



Font: Elaboració pròpia

Les dades de TV3 són interessants pel nostre anàlisi perquè les dades obtingudes ens permetran les pertinents conclusions sobre el paper que té la televisió autonòmica amb les notícies de medi ambient. Un punt clau que cal destacar és que en els

informatius no hem trobat cap secció que porti el nom de medi ambient, o relacionat; com si hem vist en altres seccions dins de l'informatiu, com per exemples: els esports.

4.1.3 Anàlisi específic: TVE1

TVE1 és la cadena generalista que hem analitzat amb major presència de notícies de medi ambient. La televisió pública espanyola suma un total de 2456 segons en notícies de medi ambient. Aquests 2456 segons es corresponen a 40 minuts i 56 segons, i resulta de primera vista una dada important en la nostra investigació.

Exposades les dades de televisió espanyola ens vam disposar a quantificar-ho en termes de percentatge, per tal de veure-ho de forma més gràfica.

Gràfic 3



Font: Elaboració Pròpia

Les notícies medi ambiental a TVE1 representen un 3% del total dels informatius analitzats. Tot i tenir escassa presència en l'agenda mediàtica de la cadena, podem afirmar que es tracta de la cadena que ha generat contingut medi ambiental en totes les setmanes analitzades.

La manca de presència en segons de les notícies ambientals ens obliga a afirmar que la base de les peces informatives d'aquesta temàtica tenen sempre un màxim de segons per peça. Aquest fet determina, que el tema medi ambient a TVE1 tingui un percentatge irrisori, respecte l'informatiu general.

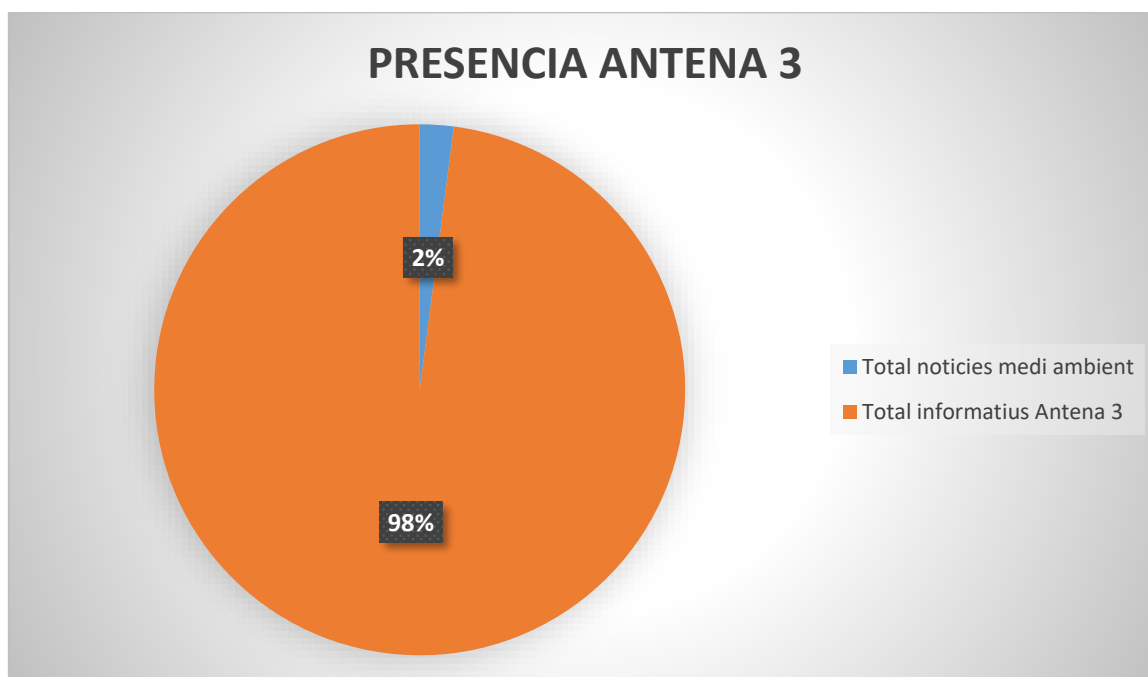
4.1.4 Anàlisi específic: Antena 3

Antena 3 es tracta de l'única cadena generalista privada que analitzem en la nostra investigació. Com ja hem demostrat en el nostre treball, es tracta de la cadena privada amb major audiència a Espanya.

Abans d'exposar els resultats, volem evidenciar les dificultats que hem trobat per analitzar els informatius de la televisió privada, ja que l'accés a la consulta d'informatius i les peces informatives no es troben disponibles amb facilitat pels espectadors.

Dels 28 informatius analitzats, hem extret 14 notícies de medi ambient. Es tracta del percentatge més baix de la investigació. Aquestes 14 notícies sumen un total de 939 segons, que comparant amb els segons totals dels informatius de les 14 notícies sumen 44.662 segons.

Gràfic 4



Font: Elaboració pròpia

El 2% és el percentatge dedicat a les notícies ambientals a la televisió privada amb major visualització.

Per altra banda, hem pogut diferenciar altres dades respecte les altres cadenes generalistes. El temps dels informatius, és més reduït que les altres televisions analitzades. Aquest fet és important destacar, perquè observem una flexibilització que ens permet treure algunes conclusions que desenvoluparem més endavant.

4.2 Rellevància Agenda Mediàtica

Per tal de confirmar les nostres preguntes d'investigació i intentar resoldre els objectius específics, ens disposem a analitzar la rellevància de les notícies ambientals en les cadenes generalistes escollides.

Per tal d'analitzar la rellevància, hem escollit dues variables de la nostra fitxa d'anàlisi per tal de poder identificar i quantificar quina és la importància d'aquestes notícies en un informatiu en horari de màxima audiència.

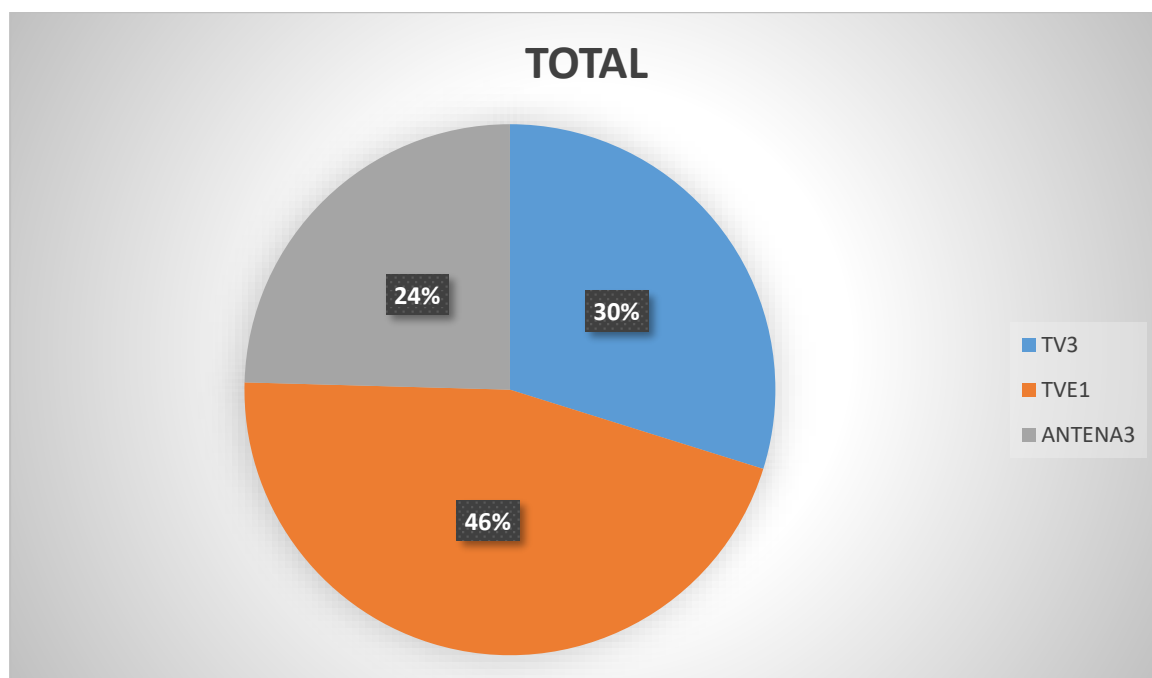
En un primer terme hem escollit la variable de número, per tal d'identificar la quantitat de notícies cercades en la nostra investigació. I en segon terme obtindrem el valor de posició de les notícies per tal d'analitzar quina és la importància dins l'informatiu que tenen les notícies ambientals.

4.2.1 Anàlisi General

Iniciem l'anàlisi general dels resultats explicant com s'analitzaran els resultats. Hem identificat un total de 57 notícies ambientals en els informatius de les tres cadenes analitzades. Per tant les 57 notícies formaran el nostre 100%, i a continuació mostrarem quin percentatge correspon a cadascuna de les cadenes.

Quantificar els percentatges ens permetrà analitzar en primer terme quina cadena dona major rellevància en forma de peces informatives, en la nostra mostra general d'anàlisi, i per tant extreure les dades oportunes per poder realitzar les nostres conclusions finals del treball.

Gràfic 5



Font: Elaboració pròpia

Les dades obtingudes evidencien que Televisió espanyola, genera major contingut ambiental. Amb un percentatge del 46% destaca sobre les altres dues cadenes, i podem afirmar, que TVE1 és la cadena que sobresurt apropiant-se a la meitat de les informacions cercades i quantificades en tots els informatius.

En segona posició es situa TV3. La televisió pública de Catalunya obté el 30% de notícies ambientals respecte el total recollit en la investigació. Amb 9 notícies de diferència ja existeix un avantatge considerable entre les cadenes.

I finalment en darrera posició es troba la cadena privada espanyola Antena 3. La cadena privada amb major audiència, es posiciona en la darrera posició amb un percentatge del 24% del total analitzat.

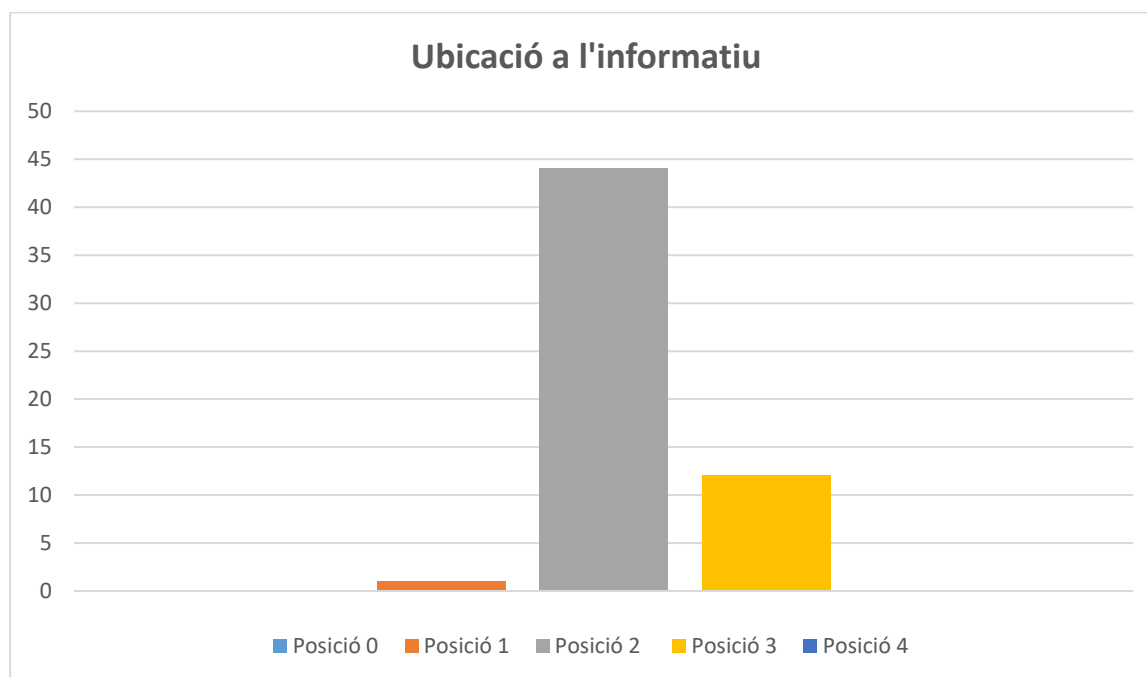
Tot i que, aquestes dades ens demostren quina cadena destina més informacions respecte les altres, podem afirmar que en conjunt les dades no conviden a l'optimisme.

El total dels resultats obtinguts ens permeten afirmar que en conjunt cap de les cadenes mostra rellevància amb les informacions ambientals, ja que el nombre total de resultats és escàs.

L'altre factor de rellevància es tracta de la ubicació de les informacions ambientals en els informatius. En la nostra fitxa d'anàlisi hem definit les diferents posicions analitzades en els informatius generalistes, identificant de 0 a 4 les posicions de major a menor importància.

Els resultats generals obtinguts segons la posició en l'informatiu els trobem representats en el següent gràfic:

Gràfic 6



Font: Elaboració pròpia

Les dades obtingudes ens mostren que la tendència generalitzada en la ubicació de les peces d'informació ambientals es troben en la posició 2 dels informatius generalistes.

Les dades també ens mostren que en cap de les notícies analitzades s'ha identificat una sola peça informativa ambiental que hagi iniciat els informatius generalistes. Aquesta primera dada ens mostra la primera prova de la rellevància de les informacions ambientals als informatius. De mateixa manera, observem que tampoc tenim dades en la posició, aquests espais són utilitzats per les informacions polítiques d'actualitat del moment, així com d'altres àmbits.

És en la posició 2, on destaquem la gran majoria de notícies ambientals. En aquesta posició que trobem el gran volum d'informacions, i ens resulta una dada important ja que ens mostra que dins d'altres sectors té un cabuda raonable en la rellevància final de l'informatiu.

Una dada que volem apuntar i que desenvoluparem en les conclusions finals, és que tot i tenir una posició mitjana en l'escala de rellevància dins l'informatiu, observem que

la gran majoria de les notícies analitzades estan incloses en el sumari inicial de l'informatiu. Una dada important a destacar, ja que, l'avançament de la informació al sumari ens indica que destaca importància.

Les dades també ens mostren que a la posició 3 trobem un valor important de notícies. En aquesta posició l'hem identificat com immediatament posterior de la gran secció "els esports". Trobem la coincidència que els tres canals generalistes analitzats, la secció dels esports es troba a la part del desenllaç del informatiu. També es destaca, que una vegada finalitzat aquesta secció, i solen reproduir-se contingut ambiental, i com observem amb els resultats és una tendència general.

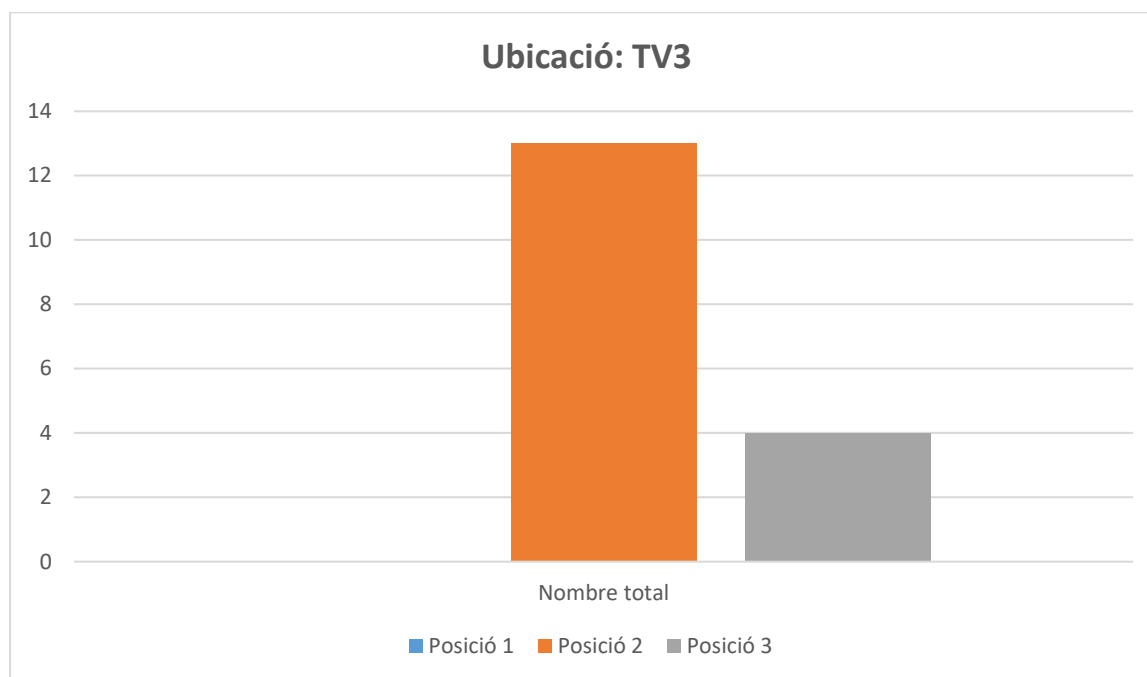
4.2.2 Anàlisi Específic: TV3

En l'anàlisi específic de TV3 com en la resta d'anàlisi de les cadenes hem volgut elevar un punt més la rellevància i hem afegit els resultats de la variable de titulars. Aquesta dada ens permetrà donar visibilitat la rellevància de les informacions ambientals als informatius.

En l'anàlisi de TV3 compten com ja sabem de 17 notícies ambientals, d'aquestes notícies les dades ens indiquen que estan situades en dues posicions dins l'estructura de l'informatiu.

Les dades afirmen el següent: el 76,4% de les notícies estan situades a la posició 2 de l'informatiu, i el resta es troba a la posició 3 de l'informatiu. Les dades obtingudes ens indiquen que la televisió pública de Catalunya aposta per una rellevància moderada sobre els temes ambientals en els seus informatius.

Gràfic 7



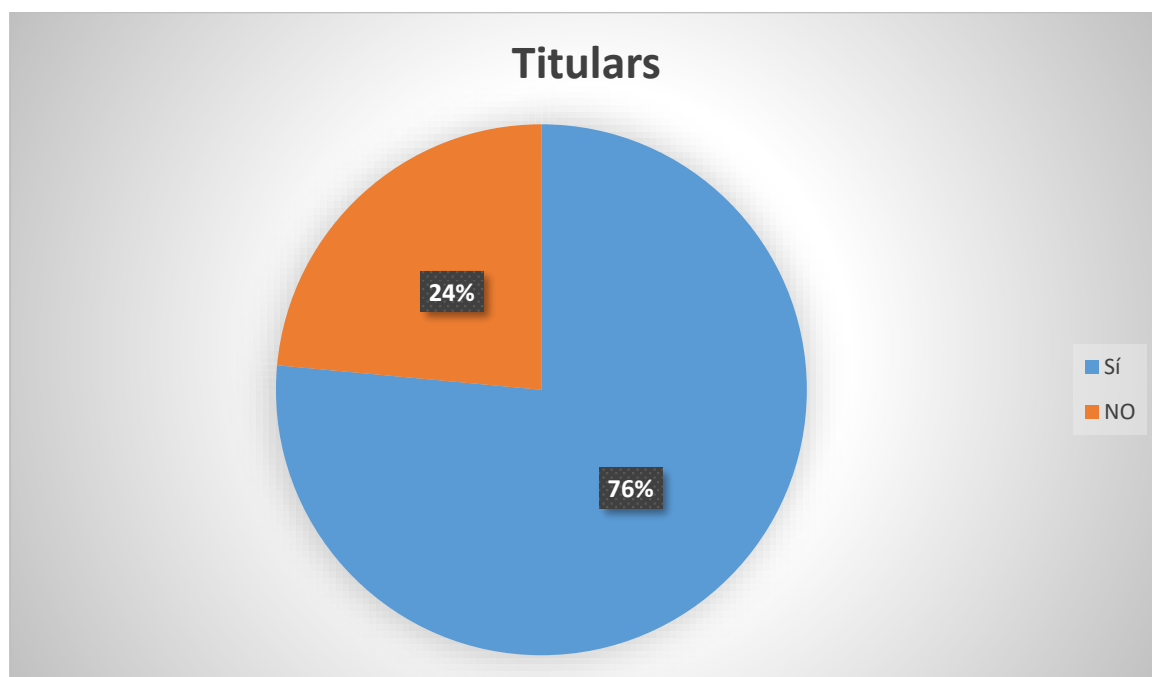
Font: Elaboració pròpia

Parlem de rellevància moderada perquè les dades ens demostren que des de la cadena pública té una ubicació clara respecte aquestes informacions. Aposten per situar-les a la posició mitja dels informatius, i en les dates analitzades no hem identificat cap informació que estigui situada abans de les notícies de política.

A continuació per tal de poder fer un anàlisi comparatiu de les dades obtingudes de posició, analitzarem la variable "Titulars" de la fitxa d'anàlisi. Per mitjà d'aquesta variable volem evidenciar quina rellevància mostra respecte les notícies ambientals en els titulars, si les notícies ambientals formen part del sumari inicial.

En el següent gràfic s'ha identificat les dues possibles respostes, sí o no, respecte si formen part dels titulars inicials. I ens hem trobat, que el 76% de les notícies ambientals estan recollides als titulars d'entrada dels informatius, i per tant el 24% restant no ha estat inclòs.

Gràfic 8



Font: Elaboració pròpia

Observant el conjunts de dades obtingudes per TV3 podem identificar una particularitat. Hem identificat que el 76% de les informacions ambientals que es troben en la posició número 2 en l'estructura de l'informatiu, existeix una relació respecte a la seva inclusió als titulars inicials de l'informatiu.

És una dada important perquè ens permet entendre el sistema de rellevància de la televisió pública catalana respecte les notícies ambientals. TV3 assenyala que quan les notícies ambientals tenen rellevància sortiran als titulars inicials, i a continuació es col·locaran a la posició 2 de l'estructura de l'informatiu.

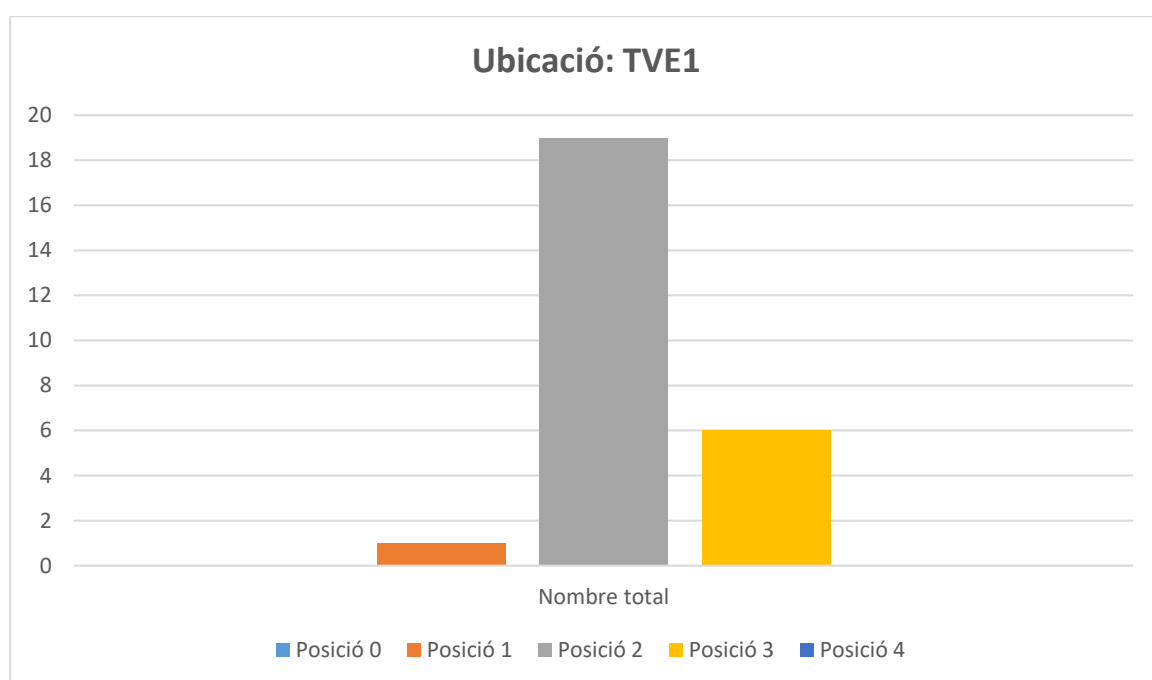
4.2.3 Anàlisi Específic: TVE1

En l'anàlisi específic de televisió espanyola analitzarem les dades de rellevància amb un total de 26 notícies ambientals. De les 26 notícies analitzades observem que televisió espanyola mostra una estructura molt clara en la situació de les informacions de medi ambient.

Les notícies ambientals es troben en la seva majoria en la posició 2 de l'estructura general de l'informatiu. Amb un total de 19 notícies ambientals, tractant-se d'un 73% del total de les notícies ambientals.

Percentatge alt que genera coincidències amb l'anàlisi general. La segona posició més utilitzada és la posició 3, amb un total de 6 notícies, tractant-se del 23% del total de notícies.

Gràfic 9



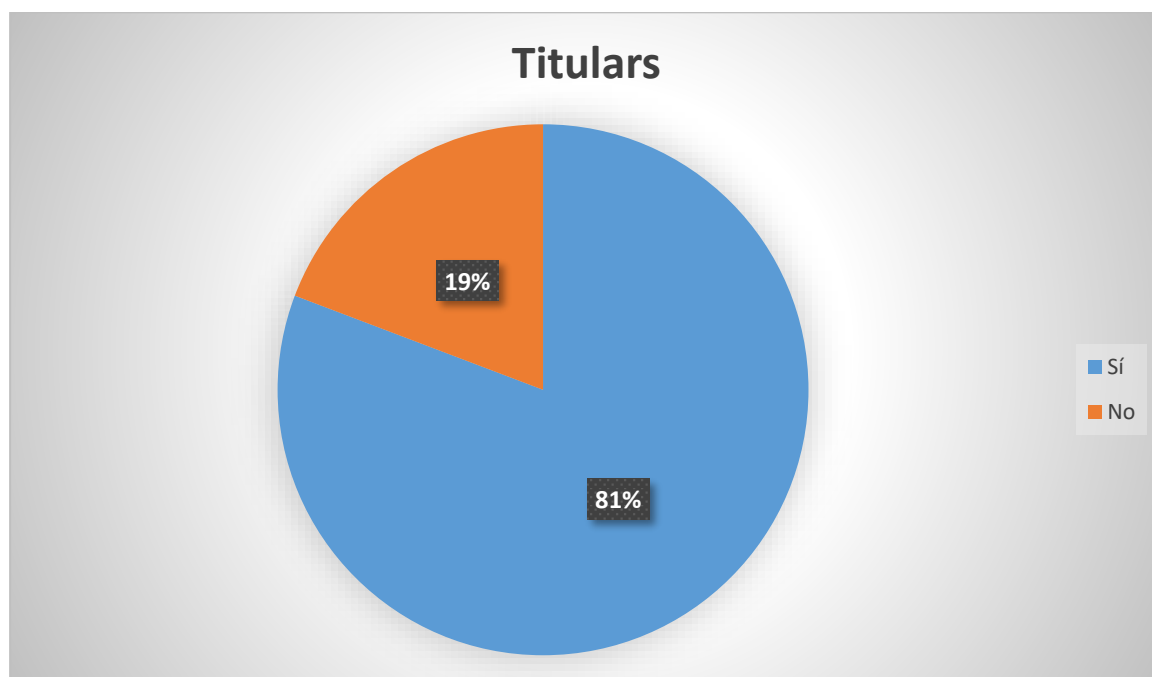
Font: Elaboració pròpia

I finalment tenim la presència d'una notícia a la posició 1. Percentatge molt baix, i residual. Observant les dades podem afirmar que no és la tendència de la cadena i que aquesta posició no és l'habitual per les notícies ambientals.

En l'anàlisi de la inclusió dels títols de les notícies ambientals als titulars inicials de l'informatiu, observem els següents resultats:

Un 81% dels títols de les notícies ambientals estan incloses en els titulars dels informatius de televisió espanyola. Aquest percentatge correspon a un total de 21 notícies.

Gràfic 10



Font: Elaboració pròpia

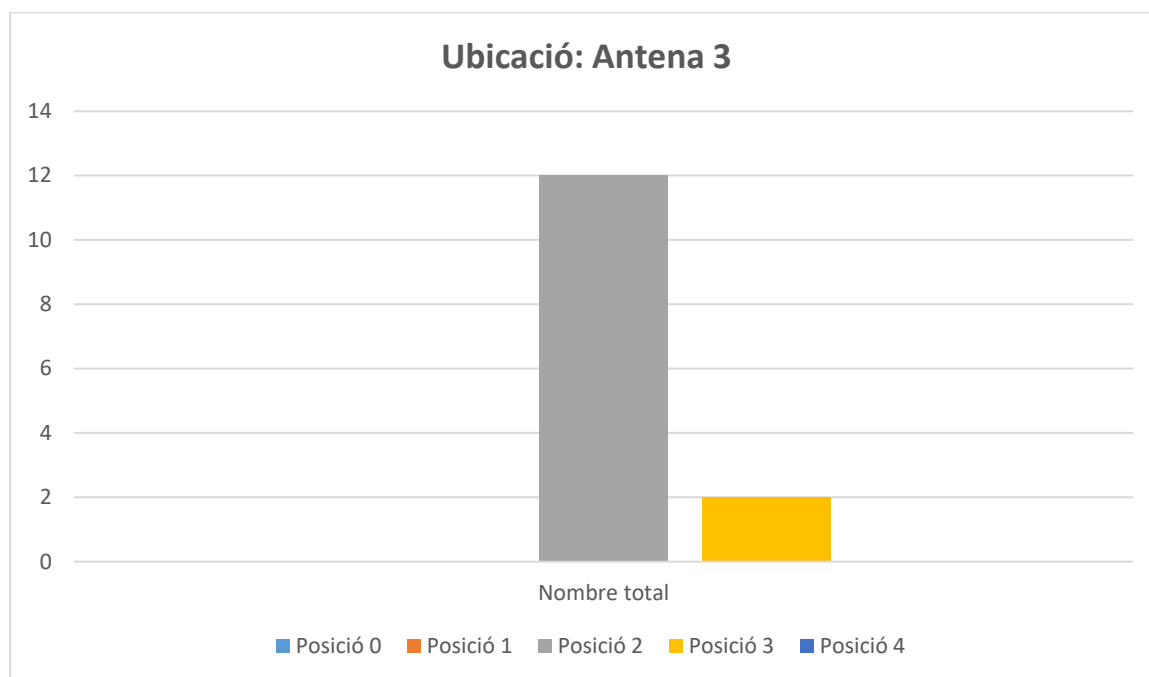
El 81% de les notícies ambientals estan enunciatades als titulars. Aquesta dada és molt optimista pel que respecta a la rellevància de les informacions ambientals. I ens indica que la política de TVE1 respecte les notícies de medi ambient, destaca en la rellevància, ja que vol donar importància de les seves informacions des de l'inici de l'informatiu.

4.2.4 Anàlisi Específic: Antena 3

Antena 3 ens mostra unes dades molt clares i no mostra dubtes sobre la política de rellevància de la cadena privada. Els resultats obtinguts sobre la ubicació de les notícies ambientals d'Antena 3 són els següents: 12 notícies es troben situades a la posició 2 de l'estructura de l'informatiu de la cadena privada. Aquesta dada equival a un percentatge del 85% del total.

El percentatge restant el trobem situat a la posició 3. Antena3 mostra la tendència generalitzada, i es reafirma que també en la cadena privada s'identifica les notícies ambientals en les posicions 2 com majoritària i en segon terme la 3.

Gràfic 11



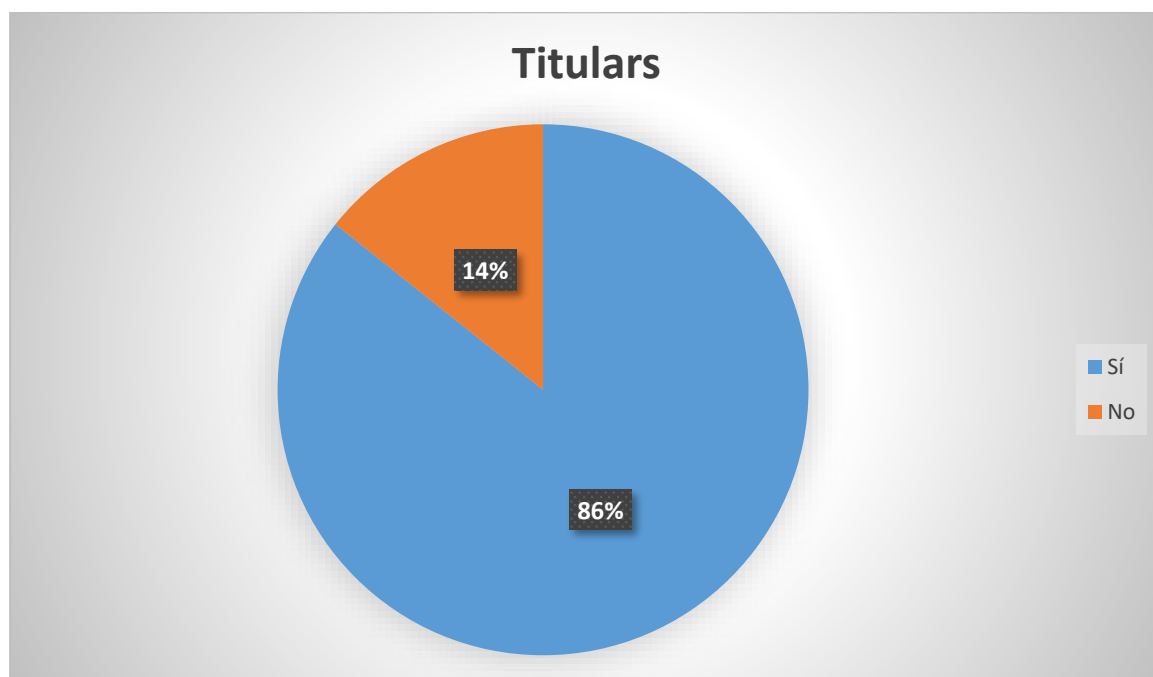
Font: Elaboració pròpia

Antena 3 assenyalava en un 86% de les vegades les informacions ambientals en els seus titulars inicials de l'informatiu. És important que destaquí aquest percentatge tant elevat, ja que ens mostra que existeix una àmplia majoria de notícies que són enunciatades al primer bloc enunciatiu.

Els resultats obtinguts en la variable dels titulars ens ajuda a resoldre quina és la política de rellevància establerta per la cadena privada Antena 3. Els resultats obtinguts en la variable d'ubicació, com a la variable de titulars són iguals, i aquest fet ens porta a reformar la conclusió que les notícies que s'enuncien als titulars són posicionades a la secció 2 de l'informatiu.

Antena 3 té clara la posició de rellevància que exerceix les informacions ambientals en els seus informatius de màxima audiència. La cadena privada ha optat per establir una estratègia respecte la presència, i què en les nostres conclusions intentarem explicar com s'interpreten aquests resultats.

Gràfic 12



Font: Elaboració pròpia

4.3 Fonts

La importància de les fonts en la nostra investigació és important per poder respondre un dels objectius específics de la investigació. Per tal d'identificar i quantificar les fonts en les peces informatives de medi ambient en els informatius, vam elaborar i conceptualitzar les diferents fonts que podríem identificar en les peces informatives.

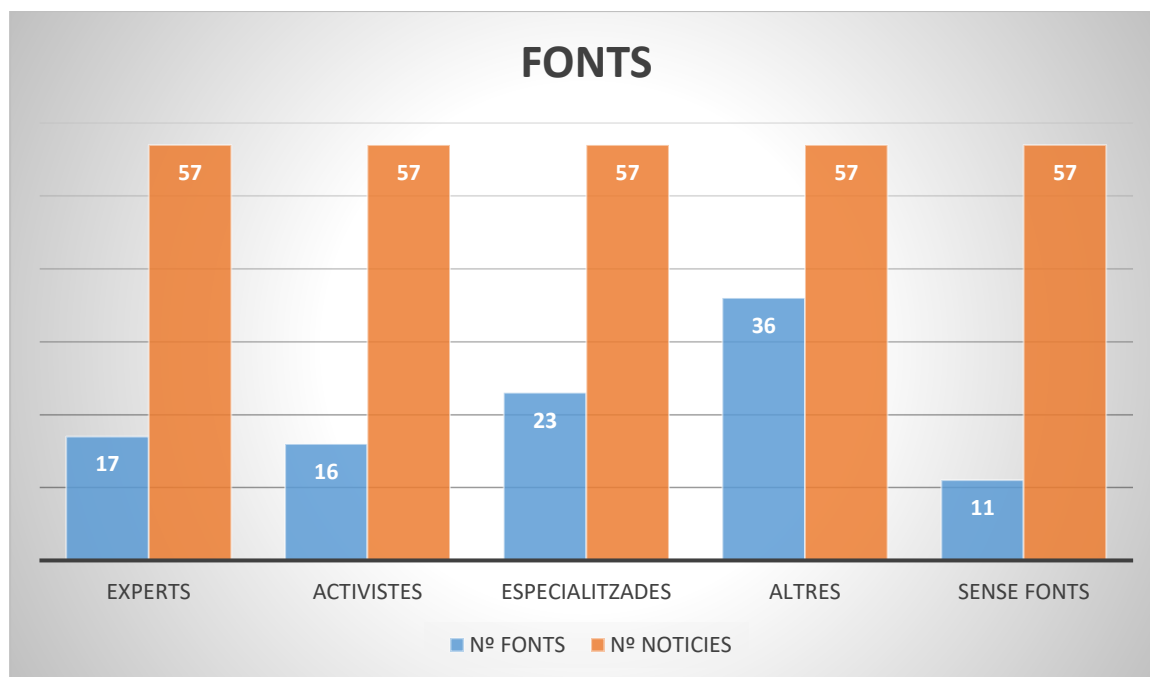
Per tal de fer un anàlisi més detallat, exposarem els resultats per les diferents fonts en la seva totalitat, el genèric en funció de les 57 notícies analitzades, i després detallarem els resultats en cadascuna de les cadenes per tal de visualitzar quina són més utilitzades.

4.3.1 Anàlisi General

De les 57 notícies analitzades hem quantificat les següents dades: 17 notícies amb inclusió de fonts d'experts, 16 notícies amb inclusió de fonts d'activistes, 23 notícies amb fons especialitzades, i 36 notícies amb la inclusió d'altres fonts. També destacar

que hem identificat i quantificat 11 notícies de medi ambient sense cap inclusió de fonts en les peces informatives.

Gràfic 13



Font: Elaboració pròpia

Com podem observar en el gràfic anterior, es pot evidenciar que les peces informatives en la seva gran majoria es tan composades per almenys una font. Es tracta d'una dada important, que ens permetrà respondre les preguntes inicials de la investigació a les nostres conclusions. Però tot i així, volíem fer un petit incís i remarcar que la gran presència de les fonts en les peces informatives permetrà obtenir peces més documentades i de major riquesa en contingut que permetrà obtenir un valor afegit a les notícies medi ambientals.

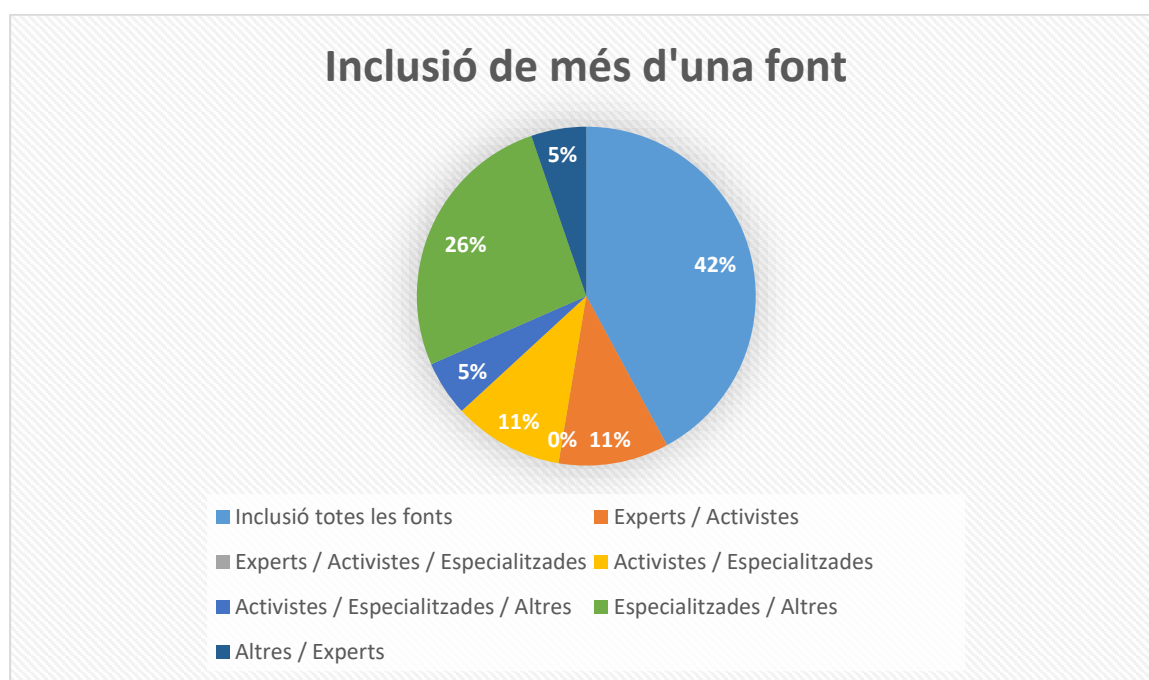
“El profesional de la información tendrá que contactar con los protagonistas o los testigos de los hechos que merecen contarse; hallar confidentes dispuestos a poner al descubierto lo que intereses inconfesables o ilícitos pretenden ocultar; conseguir interlocutores, documentos, expertos capaces de proporcionar la

información completa sobre hechos relevantes que el ciudadano necesita saber (Bezunartea et al., 1998: 78; Fishman, 1980: 107)”¹.

Destacar que els resultats independents extrets de la nostra base de dades el resultat total no és del 100%, ja que cal esmentar que hi ha gran quantitat de notícies que hi ha incloses més d'una font en la noticia. És per aquest fet que necessitem extreure els resultat de les notícies que utilitzen més d'una font en les peces, per tal de quantificar quina quantitat fa ús de més d'una o de dues.

A continuació hem dissenyat un gràfic il·lustratiu que ens permet veure la quantitat de notícies que han utilitzat més d'una font en les seves peces informatives. Volem quantificar aquest fet perquè ens permetrà identificar si les notícies medi ambientals son elaborades de forma seriosa per les tres cadenes generalistes.

Gràfic 14



Font: Elaboració pròpia

El valor amb major percentatge es tracta de la “inclusió de totes les fonts”. Hem quantificat 8 notícies que contenen totes les fonts que hem definit. Quan observem

¹ La calidad de los medios y el uso de fuentes periodísticas en la prensa local de referencia en España. Estudios sobre el Mensaje Periodístico Vol. 21, Núm. especial noviembre (2015) 85-100.

més d'una font en les peces informatives de medi ambient ens hem adonat que la majoria d'elles, un 42% conté totes les fonts definides. Les dades són poc conclusives, però si que ens deixen entreveure que les notícies de medi ambient calen ser més documentades, i requereixen de majors recursos per tal d'ésser explicades amb més fonts.

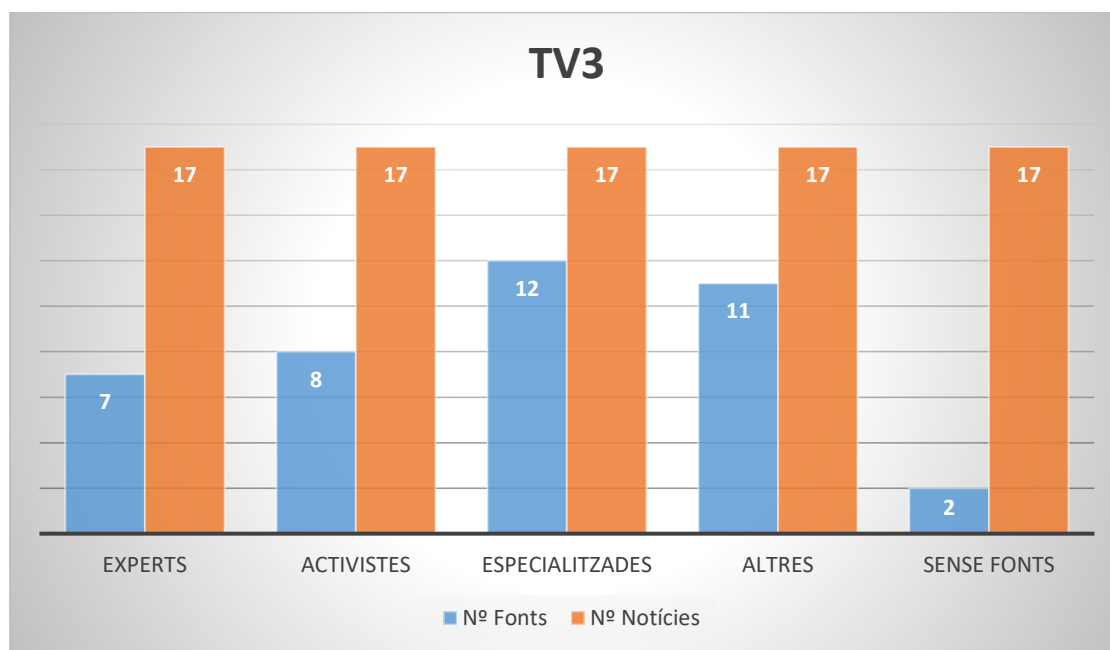
Observem que de les 57 notícies de medi ambient analitzades, només 28 notícies tenen més d'una font. D'aquestes 28, com ja hem dit, tant sols 8 s'inclouen totes les fonts definides. D'aquestes dades podem extreure que el 50% de les notícies de medi ambient analitzades contenen més d'una font. El 14% que serien les 8 notícies complertes, que fan ús a totes les fonts per elaborar les peces informatives.

Només el 20% de les notícies analitzades (11 en total) no disposen de cap font en les seves informacions. A continuació en l'anàlisi específic detallarem d'on provenen les dades, i si hi ha coincidència en la tipologia d'un informatiu o cadena en particular.

4.3.2 Anàlisi Específic: TV3

En l'anàlisi específic de TV3 partim de la mostra de 17 notícies analitzades en elles hem identificat que hi ha 7 notícies que han utilitzat fonts expertes, 8 d'activistes 12 d'especialitzades i 11 d'altres fonts. Com ja hem apuntat anteriorment, les fonts les comparem amb el valor total de les notícies per tenir un objecte comparatiu i donar valor els resultats obtinguts.

Gràfic 15



Font: Elaboració pròpia

Podem observar en la exposició dels resultats que les fonts més predominants són les “especialitzades”, i les “altres”. Aquestes dues comparteixen la tendència generalitzada que remarcàvem en la secció anterior. Les dues fonts predominants no es distancien molt de la resta de les altres analitzades, la cadena pública catalana exerceix un bon equilibri en l'ús de les fonts. L'equilibri de les fonts, és a dir, l'ús similar de les fonts ens permet afirmar segons les dades que TV3 té una estructura definida per les notícies de medi ambient, i és que, excepte en dos casos, totes les notícies incorporen almenys una font. Aquest fet és beneficiós, ja que ens diu que les notícies de medi ambient de TV3 tenen un treball previ periodístic important.

4.3.3 Anàlisi Específic: TVE1

S'han analitzat les fonts de les 26 notícies de Televisió espanyola. En la identificació de les fonts s'han quantificat: 9 fonts d'experts, 7 d'activistes, 8 d'especialitzades, 15 d'altres i 5 sense fonts.

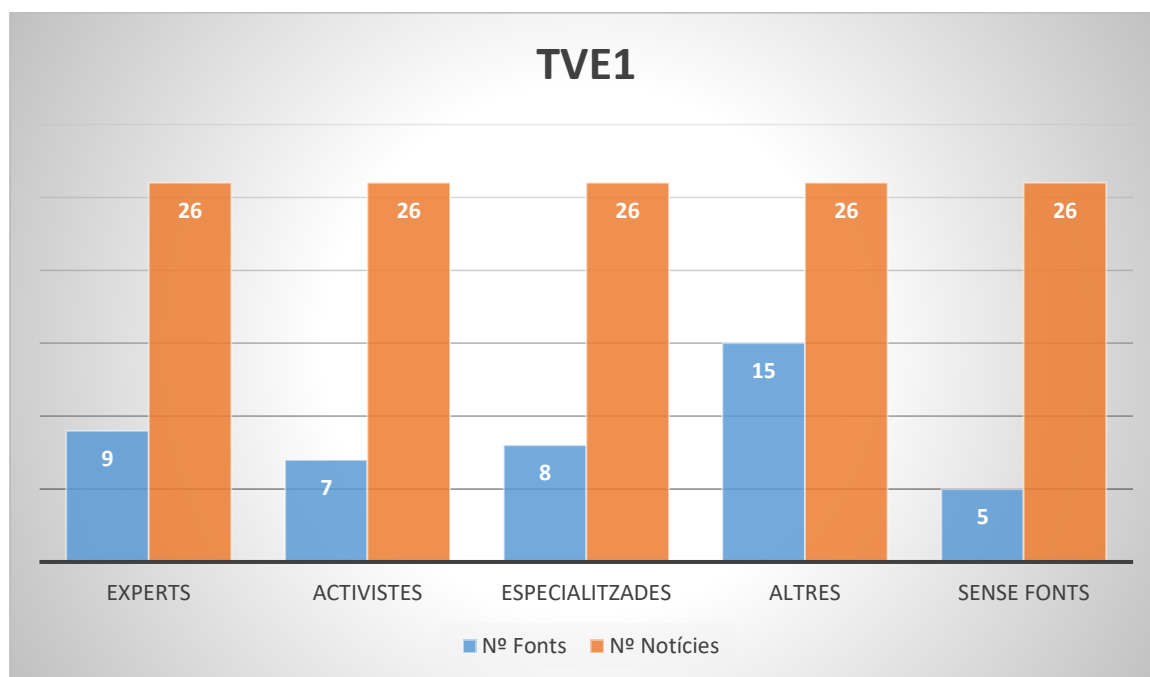
Més de la meitat de les fonts identificades es troben en la classificació d'Altres. Si parlem en clau de percentatges, aquest tipus de font es troba en 58% dels casos de

les notícies analitzades. Es tracta d'una tendència general, que també s'ha aplicat en el cas de TVE1.

Tot seguit, la font més predominant són els experts. El 31% de les notícies de medi ambient de Televisió espanyola tenen una font experta en les seves peces informatives. El percentatge és important per poder visualitzar que la cadena espanyola treballa els continguts medi ambientals, i explica bones pràctiques en les seves informacions. En aquest sentit, destaquem també que seguint aquesta dinàmica trobem també acte seguit les fonts especialitzades. Un punt més per reafirmar el treball de les peces informatives, com l'ús important de les fonts.

En l'anàlisi específic de les fonts observem per exemple com la font d'activistes és la menys utilitzada. El punt de vista de les associacions així com també aquelles persones implicades en el projectes ambientals tenen poc protagonisme en les peces informatives. Aquest punt el trobareu exposat a les conclusions, on analitzarem quina repercussió tenen la manca d'aquestes fonts amb els objectius específics de la investigació.

Gràfic 16



Font: Elaboració pròpia

Del total de les notícies analitzades hem identificat 5 notícies sense cap font, explícita en les peces informatives. Es tracta d'un 20% de les notícies que no trobem identificades fonts, i que per tant narren els fets produïts. Tot i què, es tracta d'un número menor respecte el total de notícies, hem de remarcar que la televisió pública espanyola té excepcions en les seves informacions; i en el nostre estudi hem trobat aquests cinc casos.

4.3.4 Anàlisi Específic: Antena 3

En l'anàlisi específic d'Antena 3 evidencien la manca d'utilització de fonts per part de la cadena generalista. De les 14 notícies analitzades la majoria (10 notícies), són notícies on la font més utilitzada és "Altres". És el valor més alt de tots els resultats obtinguts, a continuació hi segueix la no utilització de les fonts amb el total de quatre notícies.

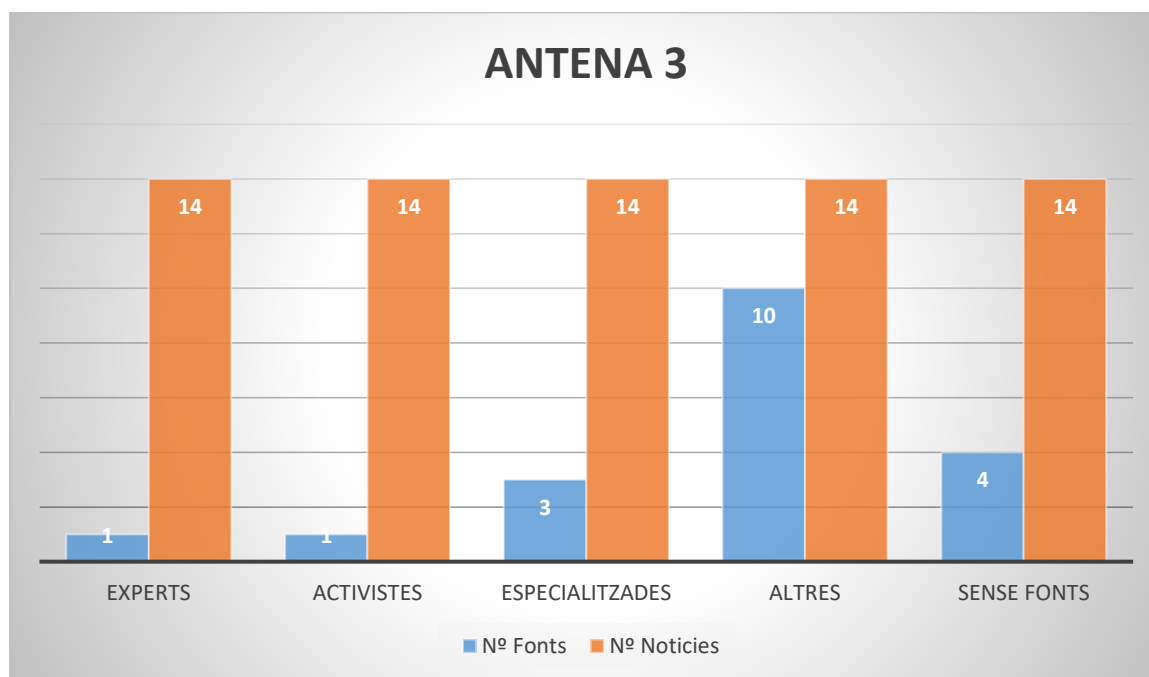
Les següents dades resultants de l'anàlisi ens manifesten la poca riquesa periodística en les peces informatives d'Antena 3. Les fonts expertes i activistes amb una sola presència, són la nota negativa de la investigació específica de la cadena privada espanyola.

Observant les dades d'Antena 3 podem afirmar que l'escassa presència de les fonts en les peces informatives provoquen que les informacions de medi ambient restin credibilitat i estiguin carregades de vaguetat informativa.

"Las fuentes son recursos imprescindibles para construir el relato y contar la noticia y para conferir credibilidad tanto a la información como al propio procedimiento usado para elaborarla y emitirla (Diezhandino, 2007: 63)".

El bon periodisme ha de treballar per la inclusió de les fonts d'informació en les notícies, i en particular a les que estem analitzant, les ambientals. El periodisme privat ha de guanyar qualitat informativa, i ha d'apostar per la construcció de bones peces informatives, que continguin tots els elements principals per desenvolupar les notícies ambientals amb el major rigor i professionalitat possible.

Gràfic 17



Font: Elaboració pròpia

4.4 Temàtica

Parlar de tipologia ens volem referir quins són els temes més utilitzats o més recurrents en les notícies de medi ambient. Hem desenvolupat dues categories d'anàlisi: en primer terme el tema (primari) i en segon terme el subtema (secundari).

Aquests dos grans elements han estat categoritzats i elaborats pel propi per autor, amb l'objectiu d'identificar i quantificar en les peces informatives analitzades.

Les hem recollit i conceptualitzat anteriorment al marc conceptual, i per tant les podeu consultar si es precisa.

4.4.1 Anàlisi General

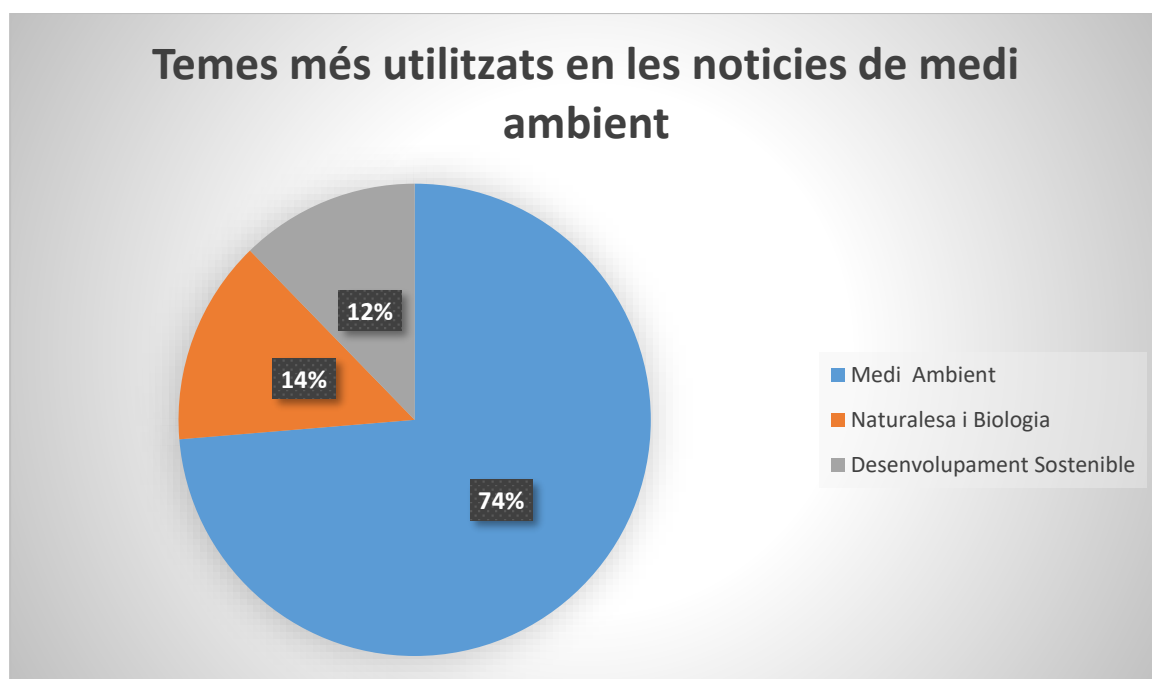
Es va definir les temàtiques en tres grans àrees: Medi Ambient, Naturalesa i Biologia, i Desenvolupament Sostenible. Les 57 notícies analitzades han estat classificades per

aquestes grans àrees, i es divideixen segons els criteris definits i categoritzats anteriorment en la part teòrica del treball.

Exposem els resultats obtinguts en el nostre anàlisi. De les 57 notícies de medi ambient, 42 notícies són de temàtica principal de Medi Ambient. Aquestes 42, tenen un percentatge sobre el total del 74%. Percentatge majoritari respecte les altres dues àrees.

La segona temàtica principal més utilitzada es tracta de Naturalesa i Biologia, amb un recompte de 8 notícies, equivalents al 14% del total. I la tercera i darrera temàtica es tracta de Desenvolupament Sostenible, amb un recompte de 7 notícies, equivalent a un 12% del total de les notícies analitzades.

Gràfic 18



Font: Elaboració pròpia

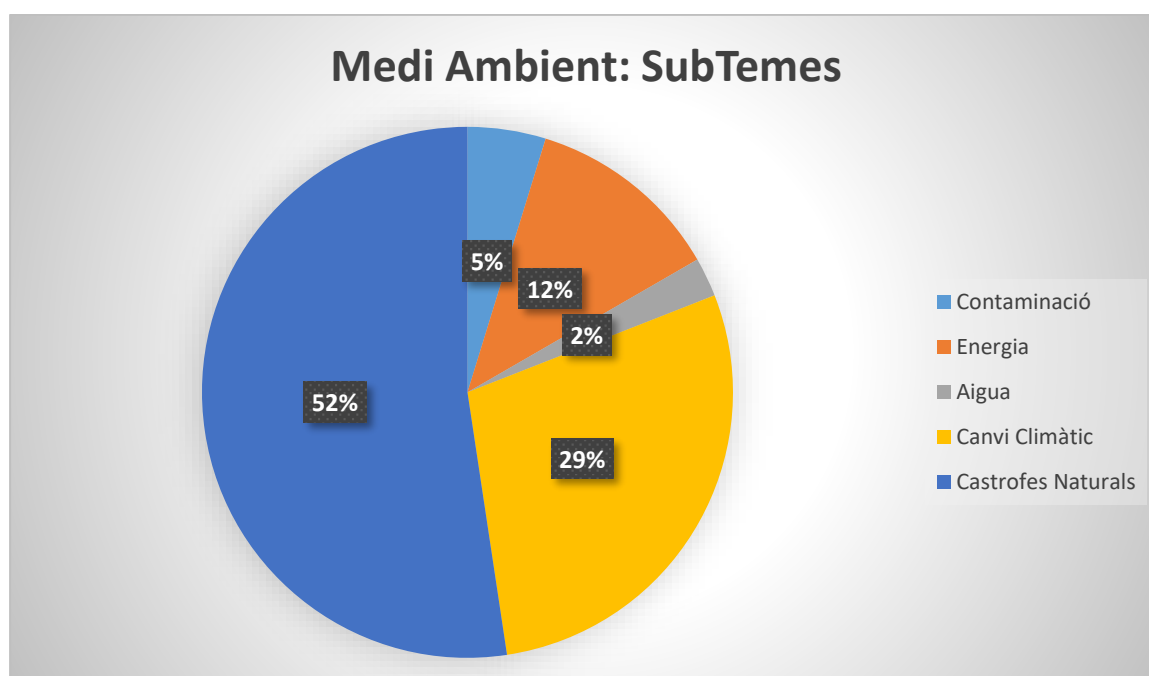
Les dades indiquen una major incidència en la gran temàtica de medi ambient, la inclusió de gran varietat subtemes dins de Medi Ambient, pot ésser el factor clau que determini un percentatge elevat en la classificació d'aquestes notícies. Ara bé, la

manca de presència de les altres grans àrees, ens indica la gran generalització sobre aquest tema, i la poca aprofundiment sobre la incidència en blocs més minoritaris.

En l'anàlisi general també desenvoluparem quins són els temes secundaris més utilitzats en les tres cadenes generalistes i quin percentatge tenen respecte el total de cada tema principal.

La primer àrea a analitzar és la de Medi Ambient. Aquest tema primari esta dividit i categoritzat en: contaminació, energia, aigua, canvi climàtic, catàstrofes naturals.

Gràfic 19



Font: Elaboració pròpia

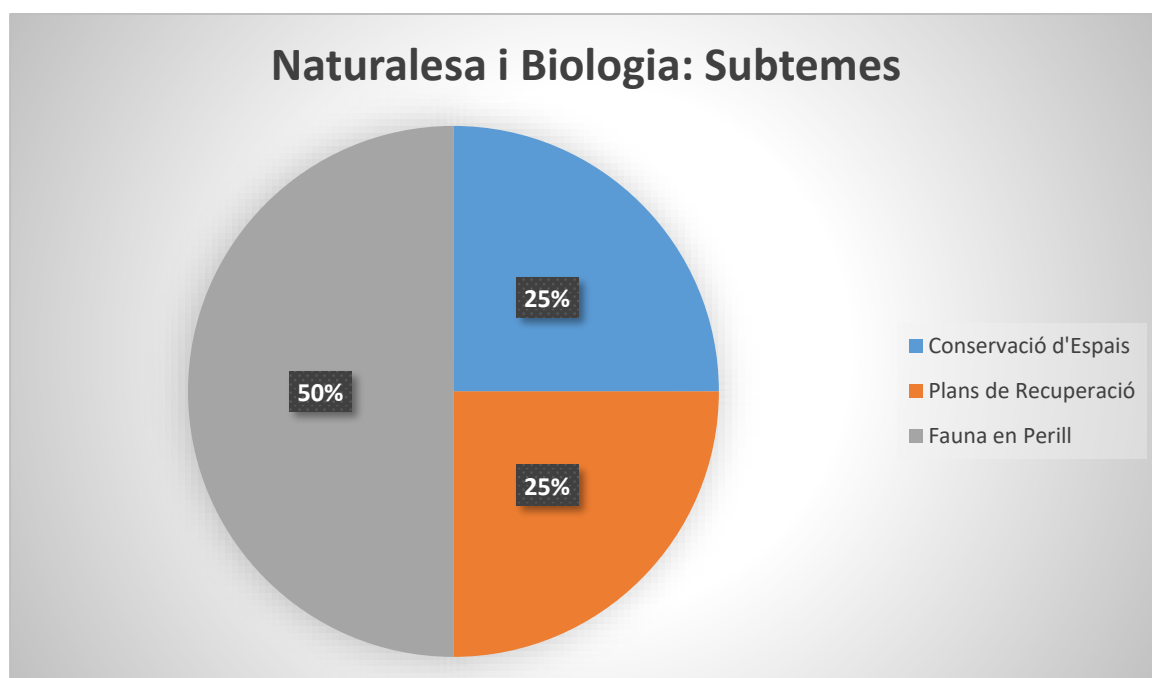
Com observem en el gràfic distingim grans diferències en el percentatge dels temes secundaris. Com a tema predominant trobem les catàstrofes naturals. Més de la meitat de les notícies analitzades incideixen en informació sobre desastres naturals, 22 notícies que parlen sobre les conseqüències de temporals, o els desperfectes de l'arribada de fenòmens meteorològics. Hi ha un tendència generalitzada de les cadenes generalistes, en explicar les conseqüències i manca en la gran majoria en explicar les causes i mesures de com combatre.

El segon tema més escollit per les cadenes generalistes amb un percentatge del 29% és el canvi climàtic, on s'han quantificat 12 notícies. Dades que no conviden a l'optimisme, i que evidencien el canvi de les informacions en els informatius de les principals televisions. En aquest sentit, també destaquem el 12% de l'energia, el 5% de presència de les notícies relacionades amb la contaminació, o el 2% del tema secundari de l'aigua.

En mode de conclusió, evidenciar que en el tema principal de medi ambient, es polaritza de tal manera que només existeixen notícies de desastres naturals i per altra banda, una barreja d'altres temes secundaris amb un percentatge més en les de canvi climàtic.

La segona àrea analitzada, Naturalesa i Biologia, conté tres subàrees que hem definit amb el nom: conservació d'espais, plans de recuperació i fauna en perill.

Gràfic 20



Font: Elaboració pròpia

Els resultats demostren gran igualtat i poques diferències entre les tres subàrees. El gràfic és aclaridor i ens demostra que del total de les 8 notícies, la meitat són de fauna

en perill. Les dades seran aclaridores en l'anàlisi específic de les cadenes, ja que ens ajudaran a clarificar com es reparteix aquestes subàrees, i per tant la incidència.

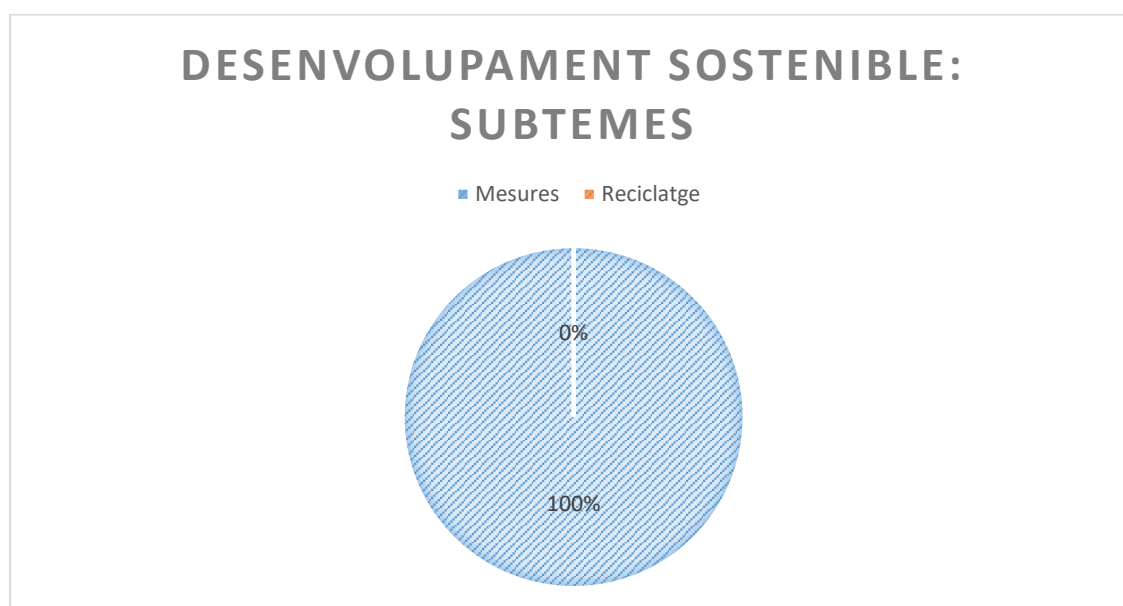
De forma genèrica podem dir que les dades són pobres. Hi ha molt poca presència d'aquests tres temes secundaris; i si fem un anàlisi total i comparem amb el general de les notícies, podem dir que no es nota la presència d'aquestes àrees.

Per finalitzar amb l'anàlisi de les tres gran àrees, observem els temes secundaris de desenvolupament sostenible, en aquest cas en trobem dos secundaris: mesures i reciclatge.

Les dades obtingudes en aquesta matèria han estat escasses i resulta difícil poder extreure unes conclusions que aclareixin les raons. Però segons les dades obtingudes, podem dir el següent: 7 de les 57 notícies ambientals, estan categoritzades en desenvolupament sostenible. D'aquestes 7 notícies coincideixen també en la subcategoria de mesures.

En cap de les 57 notícies dels informatius de les tres cadenes de televisió es parla de reciclatge. Una de les problemàtiques més importants del nostre segle, no surt reflectida en cap informació ni de forma directa ni indirecta.

Gràfic 21



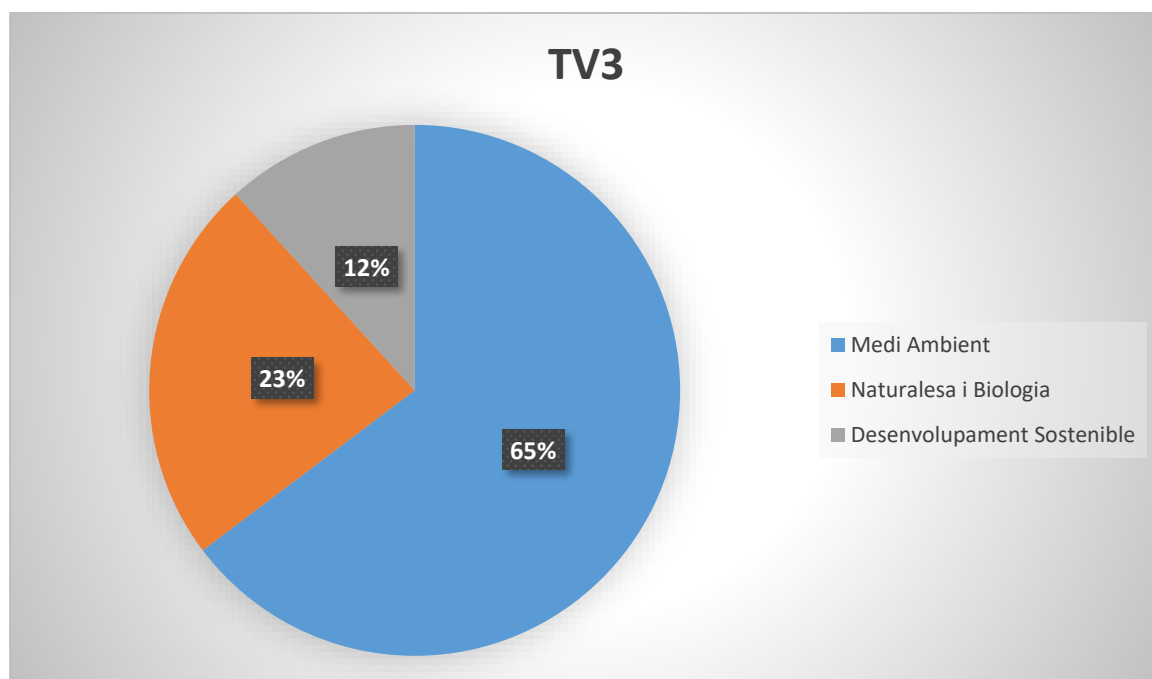
Font: Elaboració pròpia

4.4.2 Anàlisi Específic: TV3

En l'anàlisi específic de TV3 veiem representada també les tres grans àrees de la tipologia. Les categoritzacions ens reafirmen la tendència establerta en l'anàlisi general, i confirmen que per la televisió de Catalunya segueix els mateixos patrons amb una clara majoria per la temàtica de medi ambient com la predominant en totes la majoria de les notícies.

A la televisió de Catalunya tenim com àrea amb major representació la de Medi Ambient, amb un 65% respecte del total de notícies analitzades per TV3 (17). El 65% corresponen a 11 notícies del total; un percentatge molt alt tenint en compte que un 23% (4 notícies) tenen temàtica sobre Naturalesa i biologia, i el 12% (2 notícies) parlen de Desenvolupament sostenible.

Gràfic 22



Font: Elaboració pròpia

La televisió de Catalunya reafirma la premissa de l'inici i evidencia que la televisió pública genera continguts de majoria sobre medi ambient. Aquesta temàtica genèrica provoca que existeixi una manca de continguts d'altres temàtiques que considerem

importants per augmentar la presència de notícies ambientals en les peces informatives de TV3.

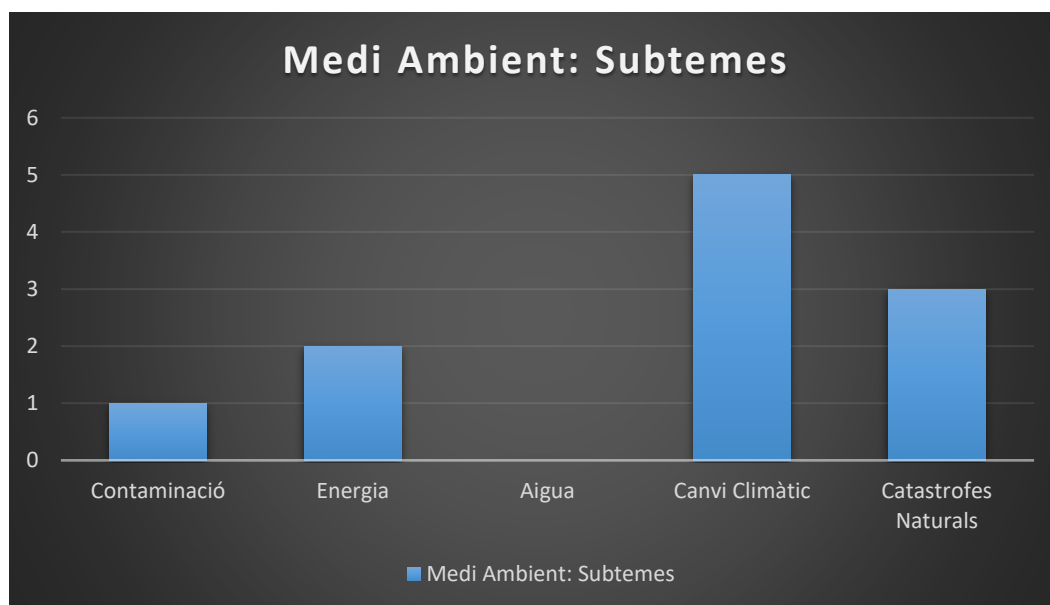
A continuació exposarem els resultats dels temes secundaris analitzats. Les dades obtingudes en el nostre anàlisi són les següents: canvi climàtic (5 notícies), catàstrofes naturals (3), energia (2), contaminació (1), aigua (0).

En els resultats obtinguts no existeixen grans diferències, trobem que els temes secundaris estan equilibrats de forma semblant. En aquest anàlisi especialitzat observem un canvi de tendències respecte en l'anàlisi general, i és que si en l'anàlisi general observàvem que els desastres naturals era la temàtica amb major presència en les notícies ambientals, en l'anàlisi específic de TV3 observem que són les de canvi climàtic. Analitzant els resultats podem afirmar que la televisió pública de Catalunya aposta per les notícies que incideixen sobre el canvi climàtic. És un fet que destaquem de la televisió pública, ja que arrel de la declaració de la llei del canvi climàtic al Parlament de Catalunya, s'ha intensificat en major mesura les informacions sobre el canvi climàtic.

“La Llei 16/2017, de l'1 d'agost, del canvi climàtic té com a finalitats reduir les emissions de gasos amb efecte d'hivernacle i afavorir la transició cap a una economia neutra en emissions”.

El segon tema secundari amb major notícies són els desastres naturals i aquí si observem com segueix la dinàmica general, i com les catàstrofes tenen un paper important en generar més expectació i interacció amb l'espectador.

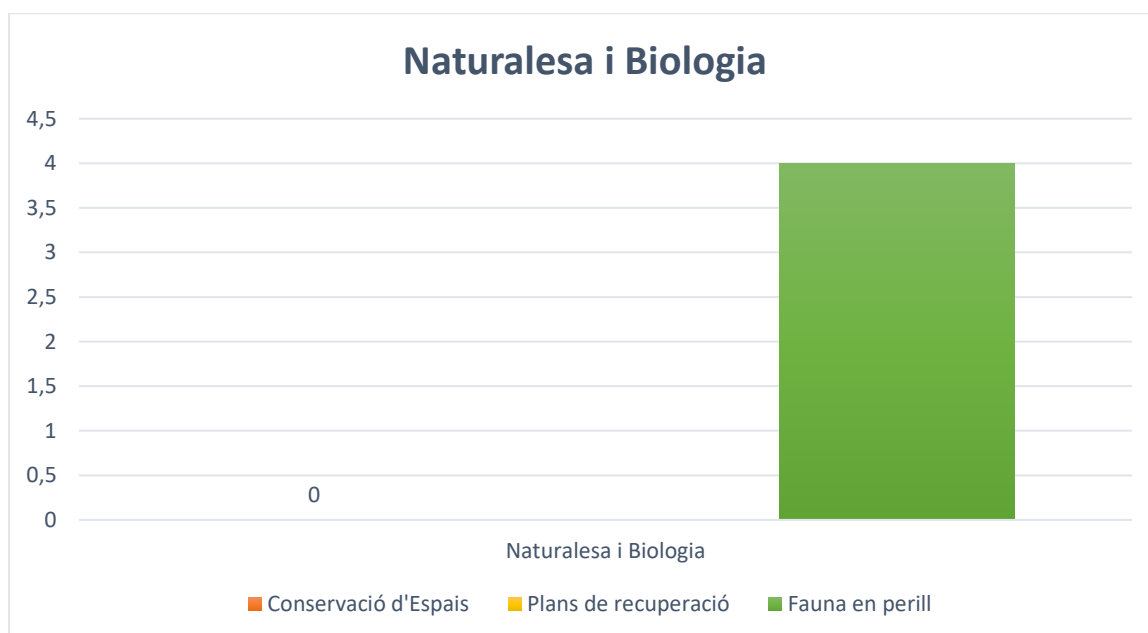
Gràfic 23



Font: Elaboració pròpia

Preocupen les escasses dades en altres matèries importants dins de l'àmbit de medi ambient. L'escassa presència de temes com l'aigua, l'energia, i la contaminació ens fan reflexionar sobre la manca de peces d'informació divulgativa pels espectadors.

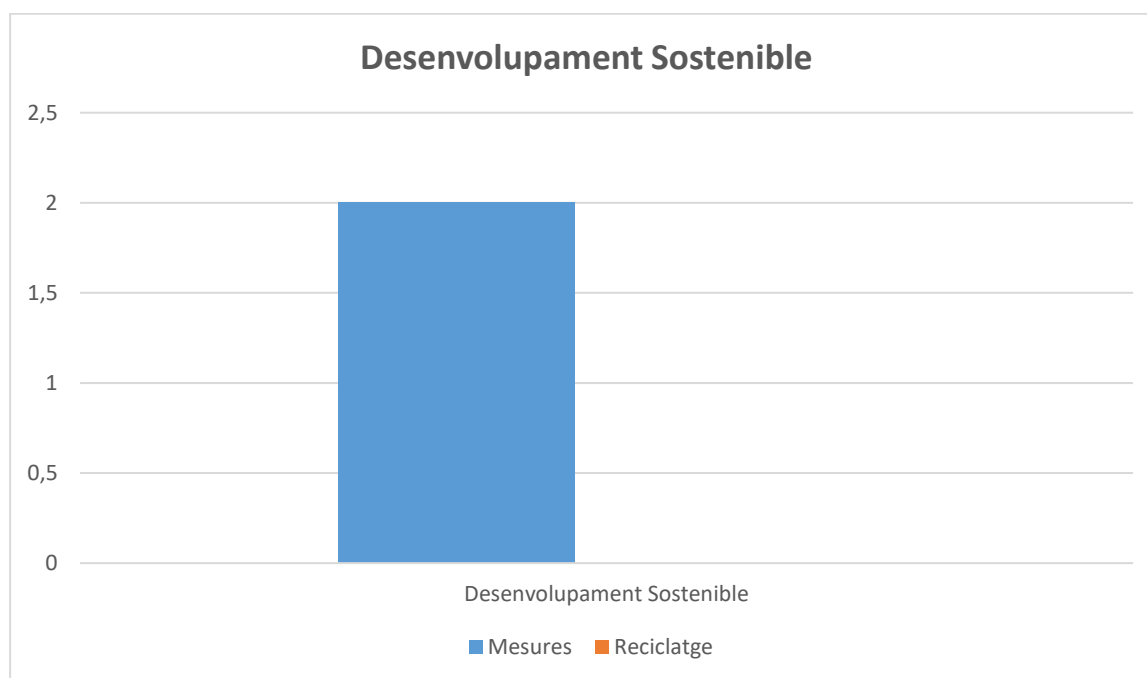
Gràfic 24



Font: Elaboració pròpia

Les dades obtingudes ens indiquen que TV3 només genera temàtica de naturalesa i biologia, quan fan referència a fauna en perill. El percentatge és aclaparador, respecte els altres temes secundaris, tot indica que la televisió pública catalana aposta de forma exclusiva per les notícies amb temàtica principal de medi ambient, i deixa com a residual les altres temàtiques principals.

Gràfic 25



Font: Elaboració pròpia

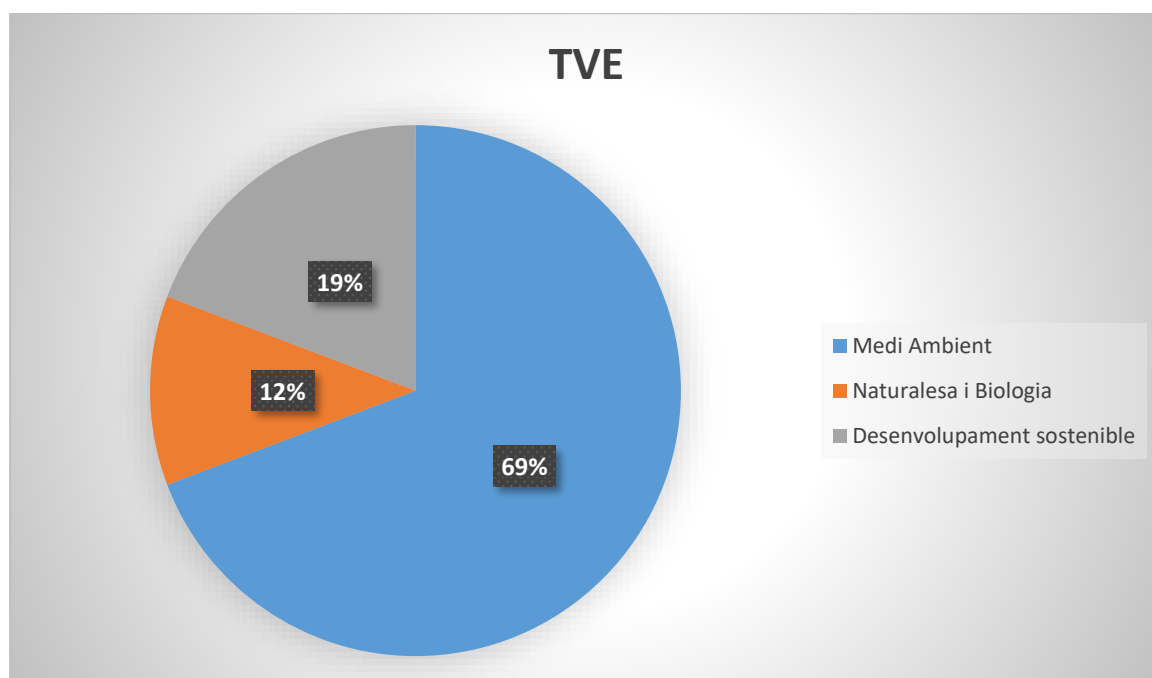
El mateix cas s'observa en el darrer tema principal, el desenvolupament sostenible. TV3 com dèiem, exerceix un centralisme en una sola temàtica obviant la resta de temes, que poden tenir una repercussió important pels nostres espectadors. L'escassa presència de notícies de desenvolupament sostenible, provoca la manca de coneixement sobre les conseqüències que comporta el canvi climàtic en la societat. La no inclusió de notícies de temàtica de reciclatge, ens reafirma al pensament que és una temàtica desgastada o inclús de no interès general.

4.4.3 Anàlisi Específic: TVE1

En l'anàlisi específic de la televisió pública espanyola ens trobem amb els següents resultats: En primer terme la temàtica principal més utilitzada en les notícies ambientals, és tracta del medi ambient. Amb un percentatge del 69% del total de les notícies analitzades de TVE1, observem com es manté la tendència analitzada en l'anàlisi general de les tres cadenes. Les notícies amb temàtica de medi ambient són 18 de les 26 notícies totals, i podem afirmar que la televisió pública espanyola monopolitza la temàtica i deixa en menor mesura les altres dues temàtiques principals definides per aquest treball.

La segona temàtica més utilitzada és tracta del desenvolupament sostenible. Aquí es mostra un canvi de tendència respecte l'anàlisi general, i observem com aquesta temàtica passa per davant de naturalesa i biologia, que queda relegada a l'última posició.

Gràfic 26



Font: Elaboració pròpia

El desenvolupament sostenible té un percentatge respecte el total de les informacions ambientals d'un 19%, sent la cadena que exerceix major percentatge de notícies

d'aquest àmbit respecte les altres cadenes analitzades. Augmenta el percentatge, i per tant, augmenta el número d'informacions de desenvolupament sostenible, amb 5 notícies en total.

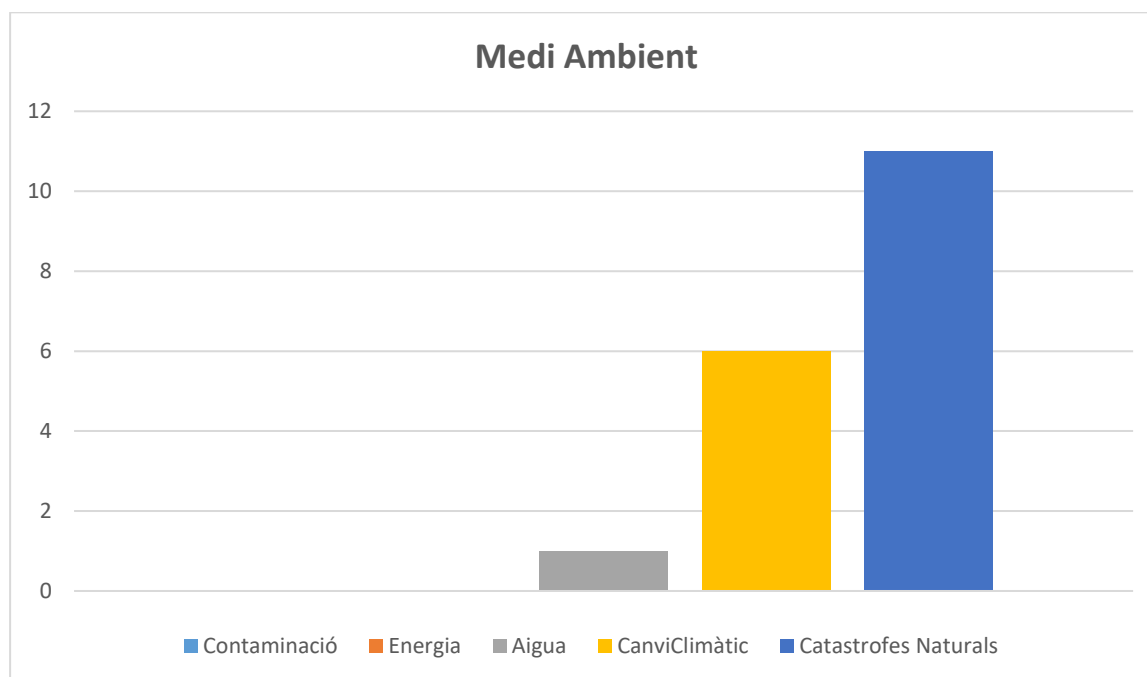
Finalment i com a darrer terme principal utilitzat, trobem naturalesa i biologia, que exerceix un 12% respecte el total de notícies de televisió espanyola. Percentatge que equival a 3 notícies.

Aquestes dades ens permeten identificar quina és la estratègia segueix la cadena pública espanyola respecte a les informacions ambientals, i els resultats obtinguts ens permetran respondre els objectius inicials de la investigació en l'apartat de les conclusions.

Com hem vist anteriorment, el tema principal més utilitzat és tracta de la temàtica de medi ambient. A continuació detallem quins són els temes secundaris que hem identificat en l'anàlisi específic de les notícies de TVE1:

Dels 5 temes secundaris conceptualitzats, hem vist com televisió espanyola utilitza en les seves informacions 3 subtemes de medi ambient. El primer tema més recurrent és tracta dels desastres o catàstrofes naturals. Hem identificat un total de 11 notícies de les 18 totals. Es mostra un desequilibri important respecte les altres temàtiques secundàries, ja que, el segon tema secundari més utilitzat és el canvi climàtic amb un total de 6 notícies.

Gràfic 27



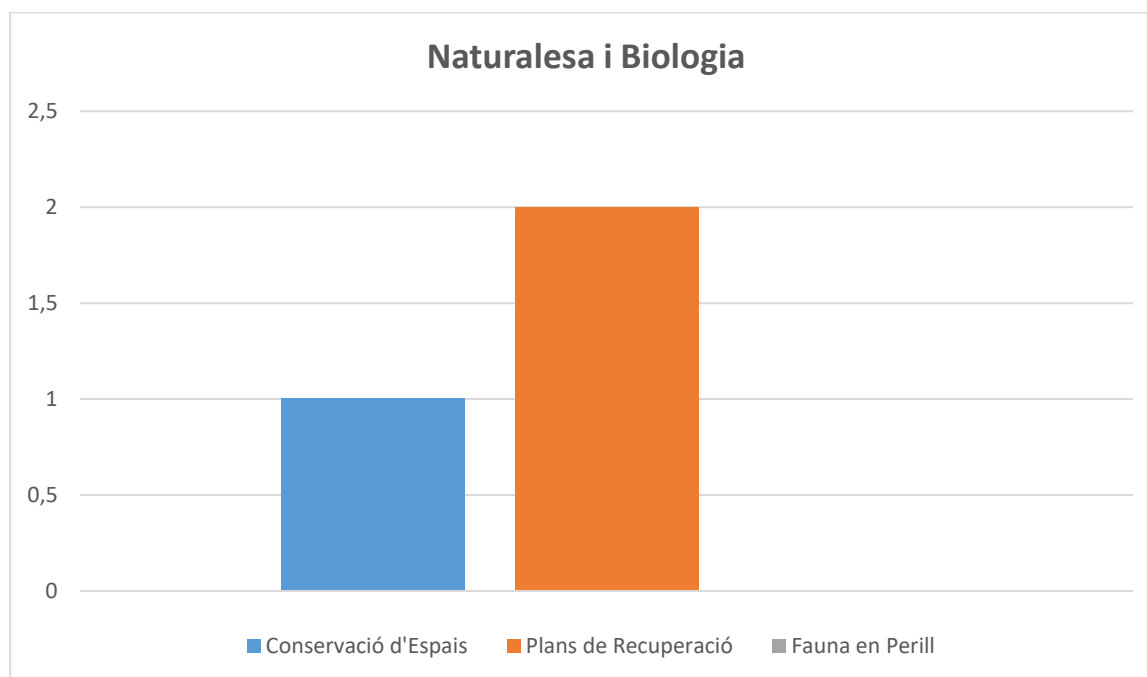
Font: Elaboració pròpia

A televisió espanyola podem afirmar observant els resultats que quan parlem de medi ambient, s'utilitzen només dues temàtiques secundàries, els desastres naturals i el canvi climàtic.

La resta de categories no tenen cabuda en els informatius analitzats, i excepte si parlem d'aigua, trobem una notícia.

La segona temàtica analitzada és la que s'han trobat menys notícies. Naturalesa i biologia, té un total de 3 notícies identificades amb aquesta temàtica, i les informacions es troben en dues àrees. La temàtica secundària de plans de recuperació té un total de 2 notícies, i conservació d'espais, un total d'una notícia.

Gràfic 28

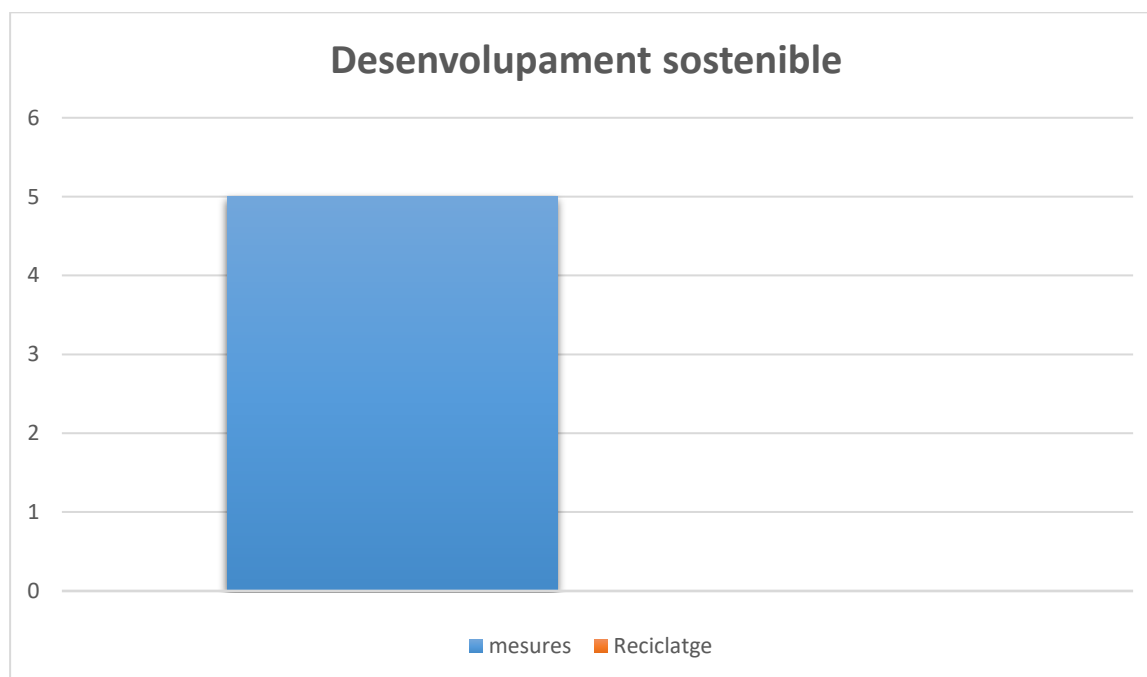


Font: Elaboració pròpia

Les dades que observem no conviden a l'optimisme en cap cas, però si hem d'identificar alguna particularitat destacable en l'anàlisi, podem resoldre que a TVE1 hem identificat el percentatge més alt en tota la investigació de notícies en temàtica de l'àmbit de plans de recuperació.

És important destacar aquest fet, perquè es tracta d'una temàtica important per tal de generar contingut divulgador, i tot i que les dades respecte el total són molt menors i residuals, hem de destacar que la bona iniciativa de TVE1 per apostar per aquestes temàtiques.

Gràfic 29



Font: Elaboració pròpia

Per finalitzar en l'anàlisi de tipologies de Televisió espanyola, destacarem l'última temàtica principal. En la temàtica de desenvolupament sostenible, és la segona amb major nombre de notícies. Hem quantificat un total de 5 notícies, que s'ubiquen dins de la temàtica secundària de mesures.

Com ja hem afirmat anteriorment, a TVE1 observem un canvi de dinàmica en la utilització de les temàtiques en les informacions ambientals. Existeix un major índex de notícies de desenvolupament sostenible, i més concretament, les trobem classificades en mesures.

És per aquest motiu, que observem com TVE1 aposta per majors continguts d'informacions divulgatives, amb un major nombre de notícies que evidencien que es pot informar des d'una vessant més científica i divulgadora en les informacions ambientals.

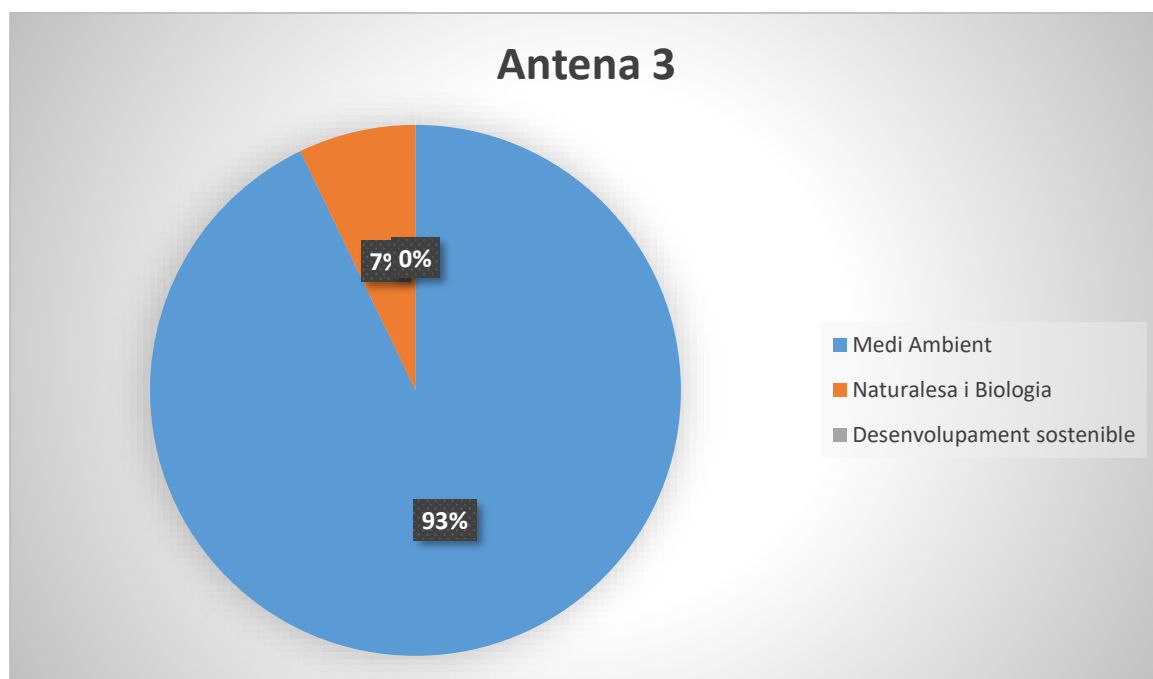
4.4.4 Anàlisi Específic: Antena 3

En l'anàlisi de la cadena privada espanyola Antena 3, hem vist com la manca de notícies ambientals ha provocat que en ocasions les dades en moltes parts de l'anàlisi resultin sense dades a quantificar. Tot i així, els resultats obtinguts de l'anàlisi de la cadena privada Antena 3 demostren el següent:

En primer terme es confirma la tendència de la resta de cadenes, i és que Antena 3 aposta pel tema primari de medi ambient en les seves peces informatives ambientals. En el cas que analitzem, correspon al 93% de presència respecte el total de les peces informatives analitzades de la cadena privada.

El 93% correspon a 13 notícies respecte les 14 notícies analitzades. Un percentatge altíssim, ja que la notícia restant estarà destinada a naturalesa i biologia. Davant aquestes dades és adequat afirmar que Antena 3 aposta per classificar les seves notícies ambiental en la primera de les classificacions, la de medi ambient.

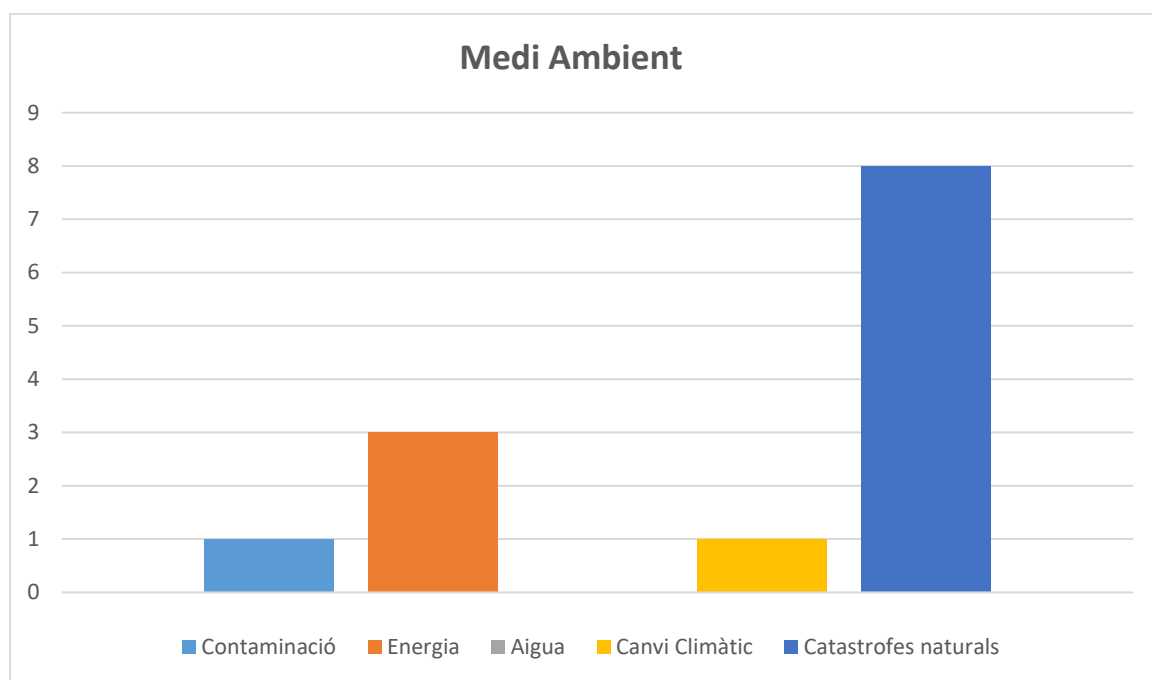
Gràfic 30



Font: Elaboració pròpia

Davant de la monopolització en la temàtica de medi ambient, hem decidit exposar les dades obtingudes en el tema de medi ambient. Abans de res, volíem indicar que l'única notícia obtinguda en la categoria de naturalesa i biologia, l'hem identificat en el tema secundari de conservació d'espais. Al tractar-se de l'única notícia d'una altra temàtica, no hem pogut comparar amb altres resultats obtinguts.

Gràfic 31



Font: Elaboració pròpia

Endinsant-nos en l'anàlisi de les dades obtingudes per la tipologia de medi ambient a la cadena Antena 3, observem que les temàtiques secundàries més utilitzades són: 8 notícies són catàstrofes naturals, 3 energia, 1 contaminació, 1 canvi climàtic.

Tots els temes secundaris tenen representació en les 13 notícies que componen medi ambient, però Antena 3 utilitza els desastres naturals com a reclam d'informació ambiental en les seves peces informatives.

Les catàstrofes naturals són el principal focus d'informació en la cadena privada amb major audiència a Espanya. Aquesta dada que sorgeix del nostre estudi serà un punt important en les nostres conclusions finals per evidenciar com Antena 3 només genera informació ambiental quan hi ha desastres naturals.

5 Conclusions

Finalitzada la nostra investigació sobre l'anàlisi del tractament de les notícies ambientals als informatius televisius generalistes espanyols, ens proposem exposar les conclusions i així donar resposta a les preguntes i hipòtesis inicials.

Per començar, la primera qüestió es referia a la quantitat de notícies ambientals en els informatius. La primera hipòtesi s'afirma que les notícies ambientals no formen part de l'agenda mediàtica dels mitjans generalistes; és a dir, les cadenes de televisió aposten per altres continguts. Realitzant un anàlisi científic i amb els resultats davant podem afirmar que cap de les tres cadenes aposta per les informacions ambientals en els seus informatius diaris. La realitat és que les dades obtingudes han estat un total de 57 peces informatives per un total de 84 informatius visualitzats.

Es pot evidenciar la greu deriva que viu el periodisme ambiental, observant les dades obtingudes en la investigació. En la exposició dels resultats es confirma la nostra hipòtesi inicial. Els resultats ens indiquen què la presència màxima de les notícies ambientals en els informatius és de la xifra del 2% del total del telenotícies.

Aquestes dades entren en contraposició amb el marc teòric, ja què tot i sabent que el periodisme ambiental ha d'esdevenir una eina pel canvi social, i exercir de divulgador científic; a l'actualitat en les cadenes generalistes espanyoles no té el suficient espai per mostrar-ho.

En un segon terme, si observem en detall el paper que desenvolupa cada cadena no observem grans diferències. La primera televisió autonòmica, la primera televisió pública, o la primera cadena privada; no han mostrat gaires canvis significatius de tendències en el què respecte a importància ambiental.

Les tres cadenes televisives han reafirmat la nostra hipòtesi, i han respost de forma clara i contundent quin és la importància de les informacions ambientals en els seus informatius de màxima audiència. Han evidenciat les mancances informatives a una de les preocupacions juvenils més importants, i han reafirmat que a l'actualitat les notícies ambientals són el 2%.

Identificar la rellevància de les notícies ambientals en els informatius forma part de la segona qüestió de la investigació. Les dades obtingudes en la quantificació de les peces informatives ens mostraven dades poc optimistes. Ara bé, vam decidir fer un anàlisi de les peces informatives segons la seva ubicació en l'informatiu. Els resultats obtinguts ens permetien enunciar quina visibilitat dedicaven a les notícies ambientals, i en conseqüència quina rellevància.

Els resultats de la investigació afirmen que la rellevància de les informacions ambientals dins l'estructura dels informatius és de rellevància mitja. Les dades evidenciaven que la majoria de les informacions estaven situades en la posició mitja dels informatius. Aquest detall no ha passat inadvertit en el nostre anàlisi. Tot i què, pot ésser una dada optimista, creiem que la posició d'aquestes no es tracta d'una coincidència.

Com s'argumenta en el marc teòric, els informatius televisius han apostat els últims anys per cercar una proposta d'informatiu més basat amb l'entreteniment. Davant aquest fet també s'han vist modificades les estructures dels telenotícies en favor de notícies d'impacte. És per aquest motiu que analitzant els informatius, s'ha evidenciat que les peces informatives ambientals no generen la força que poden tenir altres temes amb major actualitat informativa. I és per aquest motiu que són relegades a una posició, que en molts moments passen desapercebudes.

Però per altra banda, observem una tendència positiva en les dades obtingudes en els titulars del sumari. Les tres cadenes televisives opten en la seva majoria per incloure els titulars ambientals en el recull del sumari. La inclusió dels titulars ambientals en el sumari inicial, genera una visibilitat important i ajuda a millorar la rellevància.

S'ha observat que es mostren patrons comuns a les tres cadenes. Un dels patrons comuns és donar major rellevància a les notícies ambientals quan es tracten de fenòmens greus, com els desastres naturals. Les notícies ambientals es mostren amb major protagonisme quan el contingut té major índex de catàstrofe. Una de les setmanes escollides per realitzar l'anàlisi, coincideix de forma aleatòria amb l'arribada del "Filomena" a la península ibèrica.

Les dades ens mostren com davant aquest esdeveniment es visibilitzen més informacions ambientals, i es mostren de forma més clares les conseqüències que ha deixat el temporal. Aquestes dades com deien són un exemple clar, del patró que s'utilitza a Espanya amb la informació ambiental.

Es vol a evidenciar que existeix una relació directa en l'increment de notícies quan es produeixen desastres naturals. Per destacar en clau anecdòtica, que amb l'arribada de "Filomena" la cadena Antena 3 va duplicar les seves informacions ambientals.

En tercer lloc, ens sorgien preguntes sobre el tractament de les peces informatives. La nostra investigació volia posar en relleu la importància de l'ús de les fonts en les informacions ambientals. En el nostre marc teòric hem posat de manifest per mitjà de varies veus especialitzades, la importància de les informacions ambientals. El paper que tenen aquestes informacions en la construcció social, és important per marcar les noves passes del futur més proper.

En l'anàlisi de les fonts vam voler analitzar si l'escassa presència i rellevància de les informacions ambiental tenia una conseqüència directa en la elaboració de les peces. En els resultats s'afirmava que excepte 11 peces informatives que no incorporaven fonts, la resta incorporaven més d'una font. Hem analitzat molt bé les dades, i hem arribat a la conclusió que hi ha dues tendències en la utilització de les fonts d'informació.

Hem identificat què hi ha una tendència que escull notícies més elaborades, riques en fonts especialitzades, expertes i en especialistes. La cadena TV3 aposta per la inclusió d'aquestes fonts en les seves informacions, i igual que TVE1 en menor mesura, aquest fet ens porta a afirmar que les dues televisions públiques desmenteixen la meua hipòtesi inicial.

Però l'ús de les fonts per la cadena privada Antena 3, ens mostra l'altra tendència. La cadena mostra un percentatge important de no inclusió de fonts, com la utilització d'altres fonts, com poden ser protagonistes. Aquest fet provoca que generi un contingut amb major vaguetat, i li manqui contingut especialitzat.

La pregunta d'investigació final, fa referència als temes més utilitzats en les informacions ambientals. S'identifica en els resultats que les tres cadenes generalistes aposten pel tema categoritzat com a medi ambient. Són escasses les notícies que parlen dels altres dos temes definits, i podem afirmar què existeix una monopolització de notícies anomenades medi ambient.

Es destaca la majoria de notícies amb temàtica de catàstrofes naturals. Aquesta dada ens ajuda a entendre quina és la política informativa de l'anàlisi general de les cadenes televisives. Els desastres naturals, generen gran contingut audiovisual per les televisions. I és en aquest punt, on les cadenes generalistes cometen els errors en la transmissió de les informacions ambientals. L'error que cometen les cadenes de televisió és més comú del que pensem. Les informacions ambientals s'han monopolitzat en dos pols marcats, per una banda tenim les informacions amb temàtica de catàstrofes naturals i per altra les que parlen del canvi climàtic.

Volem incidir amb les de canvi climàtic. Hem observat que moltes de les informacions referents al canvi climàtic tenen un component propagandístic. Televisions com l'autònoma de Catalunya aprofiten per desenvolupar notícies referents als acords aprovats al 2030. És una tendència utilitzada amb freqüència, i ens resulta inquietant ja que les televisions fan d'altaveu d'informacions governamentals. Les informacions del canvi climàtic han de ser reproduïdes per la seva importància temàtica, i exercint una capacitat divulgadora amb l'objectiu de fomentar el canvi social.

Hem identificat que existeix una sobreexposició de les notícies relacionades amb el canvi climàtic. Aquesta massificació ha estat generada de forma conscient pels mitjans, amb l'objectiu d'auto-convèncer què estant complint amb les demandes generals dels espectadors. Però alhora de la veritat observem que les dades ens indiquen el contrari. Les notícies ambientals no formen part de l'agenda mediàtica dels informatius generalistes.

Els resultats obtinguts en presència i rellevància ens indiquen que els mitjans generalistes no estan complint amb les demandes socials actuals. Les reivindicacions climàtiques que es produeixen pels joves els dies assenyalats com

“Friday’s for future” posen en relleu un nou canvi social. Les televisions generalistes analitzades no són ara mateix la plataforma que demanden els joves per tal d’impulsar d’altaveu a les seves demandes.

L’escàs 2% de presència en el total de segons analitzats ens demostra que les cadenes televisives tenen altres prioritats en la seva agenda. El periodisme ambiental està enterrat i sepultat en quota de màxima audiència.

El periodisme generalista ha d’apostar pel canvi de prioritats en la seva agenda. Escoltar les demandes socials, replantejar les temàtiques informatives, donar veu a col·lectius activistes ens ajudarà a canviar les dinàmiques establertes els últims anys. Quant es produeixi aquests fets, el periodisme podrà fer d’altaveu social a la problemàtica existent al Planeta, i serà l’eina demandada pel canvi social.

6 Bibliografia

- AIMC, (2020) Recuperat de <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/internet>
- BARDIN, L. (2011). *Análises de Conteúdo*. São Paulo, Almedina Brasil.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*, New York, Free Press.
- Biehl, J. (2017). *Ecología o catástrofe. La vida de Murray Boockin*. Barcelona, Virus.
- Casetti, F. i Di Chio, F. (1999). *Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona Paidós.
- Castañón, M. (2006). *Valoración del daño ambiental. México: Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente*.
- Cohen, B. (1993). *The Press and Foreign Policy*. Berkeley: Institute of Governamental Studies / University of California.
- Cortés, J.A., (1999): *La Estrategia de la seducción*, Pamplona: Eunsa
- ELINDRISSI, F. (2014), *El espectador de televisión, un animal de costumbres*, El Mundo, Recuperat de <http://www.elmundo.es/television/2014/11/08/545d0ed4e2704ef6478b4588.html>
- Esteban, A. (2009). “*La implicació ciutadana en el medi natural: una perspectiva britànica*”. VI reunió de la Xarxa de Custòdia del Territori.
- Flores, T. (2002). *Comunicación para el desarrollo sostenible*. La Paz, Bolivia.
- Friedman, W. (2018, February 20). *TV's Average Minute Audience: Here to Stay?* MediaPost. Recuperat de <https://thearf.org/category/news-you-can-use/tvs-average-minute-audience-here-to-stay/>
- García, J. A. (2004): “*Distorsiones de la realidad en la neotelevisión. El pseudo periodismo satírico y el periodismo de entretenimiento como subgéneros del info-show*”, en *La comunicación nuevos discursos y perspectivas*. Madrid, Edipo.

Recuperat de:
<http://www.campusred.net/forouniversitario/pdfs/Comunicaciones/television/Garcia Aviles.pdf>

Gavirati, P. M. (2016). *La comunicación ambiental, territorio transdisciplinario emergente*. Estudio de caso en la Carrera de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires (1985-2015) *La Trama de la Comunicación*, vol. 20, núm. 1

Gordillo, I., (2009) *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Quito, Ecuador.

Igartua, Juan José (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Editorial Bosch.

Kientz, A.(1974). *Para analizar los mass media: el análisis de contenido*. Valencia: Fernando Torres.

Krippendorff, K(1990). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.

Llei 16/2017, de l'1 d'agost, pel canvi climàtic. Boletín Oficial del Estado, nº 234, 28 de setembre del 2017.

Lipman, W. (1922). *Public Opinion*. New York.

Llibre d'estil de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Guia editorial. Manual d'ús. (2013).

Krippendorff, K. (2013). *Content analysis: an introduction to its methodology*. Los Angeles / London, Sage.

McCombs, M. (2004). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Bracelona, España: Paidós.

McQuail, D., (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós.

Montero, J.M., (1994), *Medios de comunicación y medio ambiente*. Almería (España).

Morin, E., Bocchi, G. y Ceruti, M. (1991). *Un nouveau commencement*, París, Seuil: 179- 193. Recuperat de Gazeta de Antropología. N° 12, 1996
http://www.ugr.es/~pwlac/G12_01Edgar_Morin.html

Oliva, Ll. i Sitjà, X. (2011). *El descenso de la calidad de los informativos de televisión*. Quaderns del CAC 36, vol. XIV (1) - (59-66)

Ortega, F. i Galhardi, C. (2013). Investigar la Comunicación hoy. Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas. Recuperat de:
file://ev.gcb.intranet.gencat.cat/atc_root/usuarios/46977095D/Downloads/Dialnet-PropuestaMetodologicaParaElAnalisisDeContenidoDeLa-4228799.pdf

Pellegrini, S. (1993). *Medios de comunicación, poder político y democracia*.

Revuelta, G. i Mazzonetto, M. (2019). *La ciència i la tecnologia a la televisió d'àmbit català*. Observatori de la comunicació científica de la Universitat Pompeu Fabra.

Rubio, A., Sanmartín, A., Tudela, P. y Ballesteros, J.C. (2019): *Barómetro juvenil 2019*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud.

Rubio, J.M., (2009). Public opinion and mass media. Theory of 'agenda setting'. Recuperat de Gazeta de Antropología, 2009, 25 (1), artículo 01 .
<http://hdl.handle.net/10481/6843>

Sauvé, L. (2003). *Perspectivas curriculares para la formación de formadores en educación ambiental. Ponencia presentada en el I Foro Nacional sobre la incorporación de la perspectiva ambiental en la formación técnica y profesional*. Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México.

Tilly, Ch. (2010). *Democracia*. Akal, Madrid.

Zeller, C. (2016), *La comunicación, entre la democratización y desmocratización de la sociedad*.