



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

Escuela de Ciencias Humanas
Programa de Periodismo y Opinión Pública

**Periodismo ambiental en Colombia: Análisis comparativo sobre el cubrimiento de los
diarios web El Tiempo y El Espectador.**

TRABAJO DE GRADO
Artículo de investigación académica

María Juliana Valenzuela Polanco
Director: Daniel Barredo Ibáñez
Abril, 2020

La realización de este trabajo de grado estuvo atravesada por un aprendizaje increíble –no solo de las personas que acompañaron el proceso-, sino de la naturaleza misma. Aprendí a sembrar de manera consciente intenciones, trabajar paciente y comprometidamente para que las ideas florezcan y, sobre todo, a recoger los frutos de la cosecha cuando se realiza cada acción desde lo más profundo del corazón.

Estaré siempre agradecida con Daniel Barredo, quien supo respetar, acompañar y orientar todo este proceso, y en todo momento tuvo una palabra de aliento cargada de la templanza necesaria para dirigir este trabajo de grado. A Eduar Barbosa y Fátima Martínez, que con sus opiniones guiaron y complementaron la metodología de esta investigación.

A mis hermanos, Juan Andrés y Santiago, por estar siempre a mi lado, escucharme, apoyarme, pero sobre todo, acogerme en los momentos en los que todo parecía oscurecerse. A mis padres, Mónica y Mauricio, por instruirme para tomar responsabilidad sobre lo que quiero y entregarme su amor incondicionalmente. Gracias a ellos se gestaron adecuadamente los filtros con los que habito, observo e interpreto el mundo, son la raíz y la corteza de mis pasos.

A Priscila Gutiérrez, por ayudarme a estructurar y organizar este trabajo en todo sentido, y estar presente en el momento en el que florecieron las ideas y se despejó el camino. A Luisa Ramírez, por escucharme, comprenderme, y acompañar el vaivén de emociones que se desprendieron de todo este proceso. A todas y cada una de las personas que han transitado conmigo esta aventura. A quienes creen que otro mundo es posible, y todos los días trabajan amorosamente para construirlo.

Índice

Resumen.....	4
Introducción.....	5
Capítulo 1. Consideraciones sobre el Periodismo	
Ambiental.....	9
1.1 Introducción al periodismo ambiental y a la función social de los medios de comunicación	9
1.2 La función social de los medios de comunicación respecto a la problemática ambiental.....	14
1.3 Agenda Setting y medio ambiente.....	17
Capítulo 2. Objetivos.....	20
2.1 Objetivo general.....	20
2.2 Objetivos específicos.....	20
Capítulo 3. Metodología	21
Capítulo 4. Resultados.....	25
Capítulo 5.	
Conclusiones.....	36
Referencias.....	41

Resumen

El Periodismo Ambiental es un tipo de periodismo especializado que se encarga de realizar el cubrimiento investigativo sobre el medioambiente, entendiendo éste como el conjunto de seres vivos y formas de vida que convergen en el planeta. Sus orígenes se remontan a los años 70, cuando por primera vez se empiezan a alertar sobre las consecuencias del cambio climático en todo el mundo, desde entonces se ha caracterizado no solo por su labor informativa, sino también por las intenciones educativas para motivar cambios individuales y colectivos para mitigar la crisis ambiental global. Sin embargo, las discusiones y debates sobre la conceptualización del Periodismo Ambiental empezaron a circular aproximadamente desde el 2004.

Teniendo en cuenta que el Periodismo Ambiental es una especialización reciente, la motivación que atraviesa este artículo es proporcionar un panorama comparativo para evaluar el ejercicio periodístico en este ámbito, y así fomentar la discusión de las herramientas y estrategias que se han implementado y se podrían implementar para contribuir a que se siga desarrollando esta especialización. Para ello, la investigación analizó el contenido web sobre medio ambiente de los diarios colombianos, *El Tiempo* y *El Espectador*, ya que estos son considerados dos de los medios más consultados en el país.

La metodología que orientó este trabajo se realizó a partir de una triangulación entre el análisis de contenido manual y el análisis de contenido semántico; a partir de estas técnicas, se determinaron cuáles son los temas que frecuentemente cubren los medios de comunicación, se evaluó la profundidad de los mismos, así como la promoción –o ausencia de esta- de diferentes alternativas para atender la problemática. Todo esto teniendo en cuenta los criterios que componen el periodismo ambiental.

Palabras clave

Periodismo ambiental; análisis de contenido; Colombia; El Espectador; El Tiempo; Responsabilidad social.

Introducción

“La estructura del razonamiento es lingüística. La estructura del mundo, tal como lo concibe y utiliza el hombre, es lingüística. El lenguaje es el lugar de lo humano, en él vivimos, nos movemos y somos”.

-Manuel Briceño Guerrero-

Este artículo esboza la razón por la que elegí el Periodismo como carrera y oficio de vida. El lenguaje es capaz de construir no solo nuestra percepción del mundo, sino también puentes, horizontes, o incluso, fronteras para relacionarnos. Entonces, periodismo es una herramienta para legitimar una realidad social, ya que es a través de la comunicación y las palabras que contrastamos nuestra experiencia, y nos aproximamos a los otros y a la naturaleza.

El planeta enfrenta una crisis ambiental que conocemos desde hace años, podríamos dedicar el resto de nuestras vidas a formular soluciones efectivas para mitigar los daños del calentamiento global. Sin embargo, considero indispensable prestar especial atención a los procesos comunicativos que se ocupan del medio ambiente, ya que, en medio de transmisiones y emisiones, contribuimos a crear una percepción sobre la realidad que experimentamos.

Desde los años 70 cuando los estudios y debates sobre ecología y calentamiento global estaban empezando a vislumbrarse, era notorio que el medio ambiente era un tema del que se ocupaban bastantes disciplinas, quizá esto tiene que ver con el cambio de paradigma que empezó a presentarse sobre la relación de los seres humanos con el medio ambiente. Este cambio de percepción vislumbró la estrecha conexión que tenemos con la tierra; relación que considero absolutamente relevante para entender, en principio, porqué el Periodismo Ambiental está orientado a adoptar más un enfoque investigativo y educativo, que informativo, y por lo mismo, es uno de los géneros que se desprende del periodismo especializado.

Inicialmente se expondrá de manera breve el contexto en el cuál surgió este cambio de paradigma, así como los antecedentes que tuvo el desarrollo del Periodismo Ambiental en el

mundo, además se describirán los antecedentes en los que se evidencia la relación entre los ecosistemas, o el medio ambiente, y la sociedad en Colombia. Más adelante, se expondrá la relación entre medios de comunicación y sociedad, puntualmente refiriéndose a la función social que estos tienen, para esclarecer aún más las razones por las que el cubrimiento mediático ambiental se preocupa por generar contenido desde un enfoque educativo. Luego se expondrá el panorama del Periodismo Ambiental en Colombia, teniendo en cuenta las teorías de la Agenda Setting, y la producción de conocimiento sobre medio ambiente y comunicación en el país, y finalmente se expondrá el análisis comparativo que compuso esta investigación y sus respectivas conclusiones.

Pensar en la importancia y relevancia de generar escenarios para analizar y discutir acciones que podrían mitigar los efectos de la crisis ambiental, en este caso desde la comunicación social y el periodismo, fue una de las motivaciones que orientó esta investigación. Por esta razón, se consideraron desde el principio los efectos de los medios masivos de comunicación en la sociedad, y por lo tanto su responsabilidad respecto a la producción de contenido. En este orden de ideas, el artículo pretende aproximarse a la comparación del tratamiento informativo entre los medios enunciados, teniendo en cuenta la responsabilidad social de cada uno, en el marco del cubrimiento ambiental, esto a través de un análisis estadístico y semántico sobre los contenidos producidos en versión web durante el 2017.

Así pues, el presente artículo abordará la relación del periodismo especializado con la sociedad, comparando los contenidos ambientales web producidos en dos de los diarios más relevantes de Colombia, como son *El Tiempo* y *El Espectador*. Por lo tanto, se ha fijado como pregunta de investigación: *¿Cómo se está realizando la cobertura ambiental en las versiones en línea de: El Tiempo y El Espectador?*. La aproximación a esta pregunta se realizará a través del análisis comparativo entre los contenidos producidos por cada medio; esto con el fin de complementar el análisis sobre comunicación y problemas ambientales, que contribuya a la producción de información y conocimiento ambiental, en relación con los medios de comunicación.

Es posible afirmar que a nivel global, hemos experimentado diferentes cambios de paradigma en nuestras sociedades. Descubrimientos en muchas áreas del conocimiento han cuestionado la percepción que tenemos sobre la realidad, y sobre todo la relación entre los seres humanos y la naturaleza. (Capra, 1996) La revolución científica fue determinante en este cambio de paradigma, por ejemplo, la física cuántica demostró que no es posible descomponer el mundo en unidades elementales independientes. Además es posible observar que varias de estas revoluciones en el pensamiento conducidas por la psicología, la física, la biología, las matemáticas de la complejidad, entre otras, fueron antecedentes relevantes para que se desarrollara un nuevo paradigma al que nos enfrentamos hoy en día, se trata del pensamiento ecológico.

Desde finales del siglo XX, el concepto y la percepción sobre medioambiente ha ido transformándose (Sáez, 2006). Se ha demostrado que los problemas ambientales están interconectados con diferentes disciplinas como también con los individuos; por ejemplo, la escasez de recursos y el deterioro ambiental están estrechamente relacionados con el rápido y desbordado crecimiento de las poblaciones, lo que también puede incidir sobre las políticas estatales. Así pues, se ha desarrollado un cambio de paradigma para comprender e interpretar nuestra relación con el medioambiente, ya que no somos actores pasivos o aislados, todo lo contrario, estamos conectados con lo que sucede a nuestro alrededor (Capra, 1996).

Nos encontramos con esta tendencia de pensamiento en los discursos de figuras públicas, las crecientes campañas publicitarias amigables con el medio ambiente, la incursión de los alimentos vegetarianos, veganos y orgánicos en el mercado, además de los conceptos como desarrollo sostenible, responsabilidad ambiental, entre otros, que hoy en día se tienen en cuenta en el marketing. Considerando este nuevo paradigma ecológico al que nos enfrentamos, se expondrá la definición conceptual sobre la cobertura mediática respecto al medio ambiente, para así, sentar las bases teóricas que guiaron la investigación.

El Periodismo Ambiental es considerado como una categoría dentro del periodismo especializado, y los antecedentes de su existencia y consolidación se remontan al surgimiento del periodismo explicativo tras la Segunda Guerra Mundial, como explica Cardona (2018),

un acontecimiento que tuvo como consecuencia la demanda de información más profunda y explicativa, por parte de la audiencia. Según este autor, dicha demanda fue el antecedente perfecto para el desarrollo de algunos géneros periodísticos, como el reportaje de profundidad, la crónica y en general, el surgimiento de la información periodística especializada, entendida como aquella que analiza la realidad a través de especialidades del conocimiento que, a su vez, acomoda el mensaje a la audiencia para atender a sus intereses específicos (Oliver, 2015).

Así pues, el periodismo especializado implica el conocimiento del periodista sobre un tema concreto para poder efectuar los procesos de transmisión del mensaje de manera que toda la audiencia lo comprenda. Autores como Fontcuberta (1997) y Borrat (2002) afirman que la especialidad del periodismo está indiscutiblemente ligada al eje temático que aborda. Por esta misma razón, uno de los tipos de periodismo especializado es el periodismo ambiental, que en términos generales es aquel que “atiende la información generada por la interacción del hombre o de los seres vivos con el entorno o del entorno en sí” (Reyes, 2003, p. 150).

Teniendo en cuenta lo anterior, considero oportuno empezar a desentrañar la relevancia de la comunicación ambiental actualmente, su relación con la sociedad y su importancia en el contexto global. La emergencia del desarrollo sostenible, los avances tecnológicos para reducir la contaminación, los debates internacionales sobre la extracción de recursos como el petróleo, la emergencia de la moda verde y las diversas catástrofes ambientales, han sido algunas causas por las que la Organización de Naciones Unidas (2016) enunció unos puntos a trabajar en cada país, los cuales se han ido discutiendo, ampliando y profundizando desde las cumbres y discusiones que se han llevado a cabo en escenarios internacionales sobre políticas ambientales.

En el contexto colombiano, hay que subrayar las políticas que han impulsado el ecoturismo en diferentes sectores del país durante el postconflicto, los planes y estrategias de conservación de los Parques Nacionales Naturales Páramos y Biodiversidad (Cuesta, 2015), la reforma rural integral que compuso el primer punto del acuerdo de paz entre el gobierno colombiano y las FARC, así como la emergencia de varias discusiones respecto a la

extracción de metales en diferentes regiones (Rincón, 2018), siguiendo la línea de las políticas extractivas que se han impulsado durante los últimos años en el país. Todo esto nos arroja a un panorama bastante complejo en el que es posible identificar la relación entre ecosistemas y sociedad, sobre todo en un país como Colombia, en el que la tierra siempre ha sido central en el conflicto entre distintos sectores sociales. Teniendo en cuenta este contexto, el objetivo de esta investigación es comparar el tratamiento informativo de los contenidos web sobre periodismo ambiental de El Tiempo y El Espectador, publicados durante el 2017.

Si la finalidad de la comunicación es conectar a través del lenguaje, el periodismo aparece como una herramienta indispensable para abordar temas que orienten y contribuyan a la toma de decisiones respecto al medioambiente y al compromiso de las sociedades con éste. Así pues, este trabajo de investigación pretende ser un insumo para contribuir a indagar y explorar el panorama del periodismo ambiental en Colombia, un fenómeno hasta ahora muy poco explorado y absolutamente relevante teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente.

Capítulo 1. Consideraciones sobre el Periodismo Ambiental

1.1. Introducción al periodismo ambiental y a la función social de los medios de comunicación

La emergencia del periodismo ambiental comienza a vislumbrarse en la década de los 60, cuando los medios de comunicación empezaron a alertar sobre las consecuencias ambientales de la posguerra, como explica Sáez (2006). Dado su reciente origen, los primeros artículos medioambientales empiezan a publicarse en la década de los 70. Es importante resaltar que la especialidad ambiental en el área de la comunicación es un fenómeno relativamente reciente que, además, ha estado bastante ligada al contexto mundial, según la fuente citada.

Uno de los acontecimientos que marcó un punto importante en el desarrollo del periodismo ambiental fue la *Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medioambiente y el Desarrollo*, o *Cumbre de la Tierra*, que se llevó a cabo entre el 3 y el 14 de junio de 1992 en Río de Janeiro (Colombini, 2008). Este evento evidenció la necesidad de comprender y transmitir temas que antes se caracterizaban por hacer parte de un sector muy específico de la sociedad -es decir, de la comunidad científica-, para encontrar alternativas y soluciones a la emergencia ambiental que atravesaba y continúa atravesando el planeta.

No obstante, la relación entre comunicación y medioambiente empezó a investigarse a partir de autores como Shanahan & McComas (1999), quienes plantearon tres grandes tendencias de comunicación ambiental, que continúan proporcionando herramientas para la categorización de esta especialidad. De acuerdo a estos autores, la primera tendencia está relacionada con la visión que los emisores emplean sobre el medioambiente; la segunda, por su parte, detalla los efectos que tiene en la audiencia la temática medioambiental difundida a través de los medios; y, por último, la tercera describe la relación entre medios de comunicación y cultura, y los efectos de la ideología medioambiental empleada en la comunicación al respecto.

A partir del año 2000, comenzó a aumentar la producción especializada mediante la creación de revistas académicas, eventos internacionales, bienales sobre comunicación y ambiente, entre otros (Núñez & Moreno, 2016) este fenómeno estuvo caracterizado por la preocupación respecto al futuro medioambiental que desató el conocimiento sobre los efectos del calentamiento global, que incluso hoy en día sigue llamando la atención de varias disciplinas. Así pues, es posible identificar conceptos como consumo responsable, desarrollo sostenible, responsabilidad social, impacto ecológico, entre otros, desde los discursos sobre políticas gubernamentales, hasta los objetivos que se trazan las empresas privadas hoy en día.

Es posible rastrear la influencia de las tendencias descritas anteriormente en la producción académica que se ha realizado sobre medio ambiente y comunicación. La investigación en

Latinoamérica podría ubicarse en la primera tendencia informativa, empleando principalmente el análisis de contenido en los trabajos de Encalada (2001), Martínez (2003), y Carabaza (2006). Sin embargo, el papel que cumplen o deberían cumplir los medios de comunicación ante la problemática ambiental, ha sido un tema indispensable por su relevancia en la actualidad, en concordancia con diferentes autores, como Alcoceba (2004); Mercado (2013); González (2006); Martínez & Beling (2015); y Núñez & Moreno (2016).

Aunque el incremento de producción de comunicación ambiental se registra a partir del año 2000, es en el 2005 cuando Castro aborda conceptualmente la relación entre comunicación y medioambiente. Este autor define el periodismo ambiental como un proceso comunicativo que tiene el propósito de promover actitudes y comportamientos a favor del ambiente. Con esta definición también concuerdan autores como Solano (2001) y Michelsen (2003), que resaltan que la comunicación ambiental tiene como propósito cambiar conductas individuales y generar conciencia sobre la problemática.

Teniendo en cuenta lo descrito anteriormente, resulta oportuno mencionar que cada 15 años la Organización de Naciones Unidas establece unos puntos o metas a trabajar desde cada país. En el marco de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) (ONU, 2016), el documento que orientó todo el trabajo de Naciones Unidas del 2000 al 2015, se establecieron las consecuencias más representativas del calentamiento global, como lo son la deforestación y las emisiones de dióxido de carbono (CO₂), los problemas para la salud y educación, la extinción de especies, y las pérdidas agrícolas, desde entonces la comunidad internacional ha prestado más atención a las diferentes alternativas o soluciones que como sociedad deberíamos implementar para mitigar la problemática.

Posteriormente, la ONU llamó la atención al mundo sobre los principales puntos a trabajar internamente en cada país para efectuar cambios positivos en todo el globo terrestre durante el 2016 hasta el 2030. Algunos de estos puntos son expuestos en la Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible, entre los que se mencionan: Educación de calidad, igualdad de género, erradicación de la pobreza, agua limpia y saneamiento, energía asequible y no contaminante, reducción de las desigualdades, ciudades y comunidades sostenibles, producción y consumo

responsable, acción por el clima, vida submarina, vida y ecosistemas terrestres, entre otros (ONU, 2016).

Durante este mismo año, se estableció el Acuerdo de París, un convenio mundial para limitar el calentamiento del planeta, el cual establece entre sus objetivos la obligación de que cada país reduzca un 40% las emisiones de gases de efecto invernadero; además, se establece una cuota de consumo de energías renovables de mínimo un 27% y, en general, se promueve una mejora de la eficiencia energética. El acuerdo ha sido confirmado por 146 países y firmado por 48, entre los que se encuentra Colombia. Hasta el momento, el único país que se ha retirado del acuerdo es Estados Unidos.

La mayoría de los puntos señalados por la ONU (2016) encabezan algunos de los temas de los que se ocupa el periodismo ambiental; en este sentido, es necesario resaltar la pertinencia de esta especialización sobre el medioambiente en todos los medios de comunicación, para contribuir a construir alternativas, proyectos, iniciativas y, sobre todo, discursos, que favorezcan todos los procesos que tienen como objetivo mejorar las condiciones de vida en el mundo y alcanzar los puntos que propone el Informe de Desarrollo 2030 (CEPAL,2015).

El despliegue de problemáticas ambientales, las consecuencias posibles para la vida humana, y la atención que mundialmente ha recibido este fenómeno, contribuyen a que existan incluso plataformas globales e internacionales como EFEverde, enfocadas en producir noticias y contenido periodístico sobre biodiversidad, clima, desarrollo sostenible, energía, agua, ciencia y otros temas medioambientales.

Teniendo en cuenta la emergencia del paradigma ecológico, que ha dado lugar a la creciente tendencia de campañas sostenibles, los debates internacionales en el marco del cambio climático, el surgimiento del activismo en distintas esferas, por citar algunos ejemplos, Greta Thunberg o Joaquin Phoenix, quien dio un discurso durante la ceremonia de los Premios Óscar que hace énfasis en la urgencia de cambios individuales para mitigar los efectos del cambio climático, entre otros. Es relevante señalar que la tendencia comunicativa que considera la relación entre medios de comunicación y sociedad, en este caso particular sobre

medio ambiente, es la más apropiada para acercarse al fenómeno del Periodismo Ambiental en la actualidad, considerando además, que lo que está pasando en el planeta nos compete a todos y que resulta necesario encontrar alternativas y soluciones en el marco de todas las discusiones y reflexiones que se han presentado a nivel global.

Ahora bien, se expondrán algunos puntos por los que se consideró relevante enfocar toda esta investigación preguntándose por el papel y la responsabilidad de los medios en la sociedad en el caso particular de Colombia. Teniendo en cuenta que la sociedad depende de la transformación de los ecosistemas y que esta genera interacciones sociales que pueden oscilar entre la colaboración y el conflicto, es vital resaltar que uno de los componentes centrales de la violencia que ha atravesado el país, ha sido el confrontamiento por el control sobre el territorio y el ecosistema (Márquez, 2001).

Teniendo en cuenta además que desde el 2001 el país ha promovido notablemente una política económica extractivista y ha propuesto el desarrollo minero como un punto clave para el desarrollo (Göbel & Ulloa, 2014), y estimando que la extracción de minerales y productos energéticos tienen como consecuencia disputas por la tierra y conflictos alrededor de la tenencia de la misma, se producen daños al suelo, aumenta la demanda de agua y promueve la contaminación de fuentes hídricas (Cabrera & Fierro, 2013). Es muy relevante analizar la responsabilidad de los medios en cuanto a la cobertura medioambiental en el territorio Colombiano, ya que históricamente la relación de los habitantes del país con los ecosistemas ha estado mediada entre diferentes disputas violentas entre grupos guerrilleros, paramilitares, y los sectores más privilegiados de la sociedad que tienen el control sobre la territorio. Teniendo en cuenta esto, es posible afirmar que el reto al que se enfrenta el Periodismo Ambiental en Colombia, es encontrar herramientas y estrategias comunicativas que permitan no solo traducir este complejo contexto en el que converge la violencia y el medio ambiente para transmitirlo a la audiencia, sino también efectuar estos procesos comunicativos de manera responsable, ya que los medios articulan la vida social, a través de los discursos que reproducen, por esta razón se consideró absolutamente relevante resaltar la función que los medios cumplen en la sociedades.

1.2. La función social de los medios en el cubrimiento del medioambiente

Debido a que el periodismo ambiental se ocupa de investigar y producir información relacionada con nuestro entorno, se consideró indispensable explorar la relación entre los medios de comunicación y la sociedad, teniendo en cuenta el compromiso y la función que tienen, al contribuir a que se genere opinión pública.

La emergencia planetaria supone que desde diferentes áreas de conocimiento se propongan alternativas para ofrecer soluciones que garanticen un mejor futuro, por lo que es conveniente considerar la relación entre los medios de comunicación y la sociedad. Dicha relación ha sido estudiada en los diferentes paradigmas comunicativos, y se ocupa de esclarecer los efectos que tienen los medios sobre las audiencias y la sociedad en general, o viceversa. La importancia de la comunicación en las sociedades, abordada desde cualquier perspectiva investigativa, es evidente.

Sobre este último punto, Berger & Luckmann (2003) proponen estudiar la construcción social de la realidad y su legitimidad a través de los medios de comunicación. Es decir, nuestra interpretación subjetiva del mundo desde la experiencia personal, pasa por un proceso de interacción con el entorno en el que vivimos, lo que nos hace seres en constante proceso de socialización para contrastar nuestra visión del mundo con la visión del otro. Dicha socialización se constituye en los procesos de comunicación (Berger y Luckmann, 2003). Entonces, resulta fundamental reconocer la responsabilidad que tienen los medios en todo el proceso de configuración y percepciones de la realidad de cada individuo.

Siguiendo esta línea argumentativa, Stuart Hall (2010) afirma que los medios efectúan un proceso de reproducción ideológica mediante un proceso de codificación que traduce la información a la audiencia en un lenguaje menos complejo, que finalmente atribuye un significado. El autor hace referencia a la manera en que los medios cubren determinados acontecimientos que pueden transgredir los límites del sentido común, o amenazan

el *status quo*, mediante la selección de códigos que acepta la mayoría de la sociedad (Hall, 2010).

La influencia de los medios y sus efectos ideológicos mediante procesos de codificación, expone claramente la función de los medios como fuentes de articulación de la vida social. En este orden de ideas, la cobertura mediática sobre el medioambiente está determinada por la ideología y la reproducción de la misma en los procesos de codificación de la información. Esto es claramente expuesto en el trabajo de Carvalho (2009), que a través del análisis del discurso de los diarios británicos *The Guardian*, *The Independent* y *The Times*, concluye que la cobertura climática en los artículos de los diarios estudiados, está relacionada y mediada por la ideología, lo que determina la fiabilidad que atribuyen los medios a las voces científicas, la interpretación de los hechos, y el efecto directo o indirecto que la cobertura pretende generar en los comportamientos individuales o gubernamentales.

Sin embargo, resulta indispensable tener en cuenta la emergencia y la influencia de la multimedialidad en la actualidad, ya que esto interviene y modifica la relación entre medios y sociedad. El auge de plataformas como *Netflix* y *Vimeo*, y la producción de nuevos sistemas de grabación, edición y emisión, son circunstancias que aumentan las posibilidades narrativas e informativas (Badía, Costales y del Valle, 2017). Todo esto revoluciona los procesos de producción y consumo de la comunicación y, además, transforma la relación de los medios con las audiencias, debido a la interacción y convergencia que realiza la sociedad a través de las nuevas tecnologías de información, que a su vez posibilitan que las demandas o la influencia de lo social en los medios pueda vislumbrarse claramente.

Por consiguiente, la relación entre lo mediático y lo social es bastante compleja, ya que no es posible pensar en la audiencia exclusivamente de manera pasiva. Por ello, resulta indispensable abordar esta relación medios-sociedad, desde una perspectiva que ahonde en la lógica social de esta emergente interacción con los medios de comunicación. Surge entonces un modelo bidireccional de la teoría comunicativa -como alternativa para comprender esta compleja relación-, el cual reconoce la gran influencia de los medios en las

comunidades, pero que, sin embargo, advierte de las demandas o exigencias que lo social realiza a los medios.

Esta perspectiva permite comprender, por ejemplo, por qué determinadas imágenes o programas televisivos son acogidos por la sociedad y otros no. Esta bidireccionalidad tiene fundamentos en aspectos como el mundo imaginario de Durand (1981), que establece que existe una predisposición humana a crear mundos imaginarios para dar más vida a la realidad; el mito de Ronald Barthes (1999), que establece que para explicar cuestiones fundamentales el hombre apela a su imaginación para comprender el contexto que habita; y la sociabilidad de George Simmel (2002), que muestra cómo a través de distintas interacciones individuales se puede tejer una especie de conciencia y arraigo social.

Para entender cómo estos aspectos aclaran la relación entre sociedad y medios, se explicará brevemente cómo cada uno de ellos encuentra un lugar en los medios de comunicación. El mundo imaginario aparece en la cultura mediática en el momento en el que los medios ofertan patrones e imágenes que juegan entre la realidad y lo imaginario, esto se puede ejemplificar claramente en el caso de los falsos documentales. El mito emerge en los medios de comunicación mediante la creación de nuevos íconos, en este sentido, los medios emplean los mitos –en ocasiones con fines publicitarios específicos–, pero, al mismo tiempo, se valen de este arraigo social por ellos. El concepto de sociabilidad es claramente identificado en los medios en la medida en la que estos pueden ser un espacio para rectificar y afianzar ideas compartidas y aceptadas por la sociedad (Pasín, 2007).

Considerando los efectos de los medios en la sociedad, y la relación que se desprende de ambos, se han realizado investigaciones sobre la cobertura mediática de algunos fenómenos ambientales, como el cambio climático, para abrir paso a la discusión respecto a la postura que deberían adoptar los medios frente a la crisis ambiental. Por ejemplo, en la investigación realizada por Mercado (2013), se concluye que el diario *El Clarín*, de Argentina, aboga por afirmar que una solución para mitigar los efectos del cambio climático es un cambio en el sistema productivo, resaltando la necesidad de reducir las emisiones de dióxido de gases de efecto invernadero a nivel global.

La conclusión indicada propone, sutilmente, que algunas soluciones reales para afrontar el cambio climático están atravesadas por cambios radicales de producción y consumo, lo cual tendría un efecto en diferentes prácticas sociales, e incluso en las decisiones políticas y económicas del país. Por esta razón, Caballero (2016) sugiere plantear los procesos mediáticos respecto al ambiente a través de la crítica a la ecología política, lo que supone incluir a la ciencia regional ocupándose por la defensa de la vida, la cultura y la soberanía alimentaria, prestando más atención a la dimensión social de los problemas medioambientales.

La emergencia de diferentes alternativas de comunicación -como las tecnologías de información-, y el auge de las redes sociales, entre otros factores, dan cuenta de las relaciones multidireccionales entre los medios y las audiencias, especialmente teniendo en cuenta el carácter global de la comunicación contemporánea. Estas tecnologías y alternativas comunicativas permiten que la información circule de manera cada vez más rápida e incontrolable, un claro ejemplo de esto fue la Primavera Árabe, un movimiento democratizador alusivo al impacto mediático de las protestas realizadas en Oriente Medio durante finales del 2010, que conllevó las reformas totales o parciales de varios sistemas políticos (Soengas, 2013).

En el caso colombiano, es posible dimensionar este proceso de comunicación global con lo que ocurrió en marzo del 2017, durante los resultados de un referendo popular que se llevó a cabo en Cajamarca - un municipio del departamento del Tolima-, en que se rechazaba la ejecución de un proyecto de minería a cielo abierto, promovido por la multinacional AngloGold Ashanti (AGA), una noticia que tuvo cabida en los titulares de medios internacionales como El País (El País, 2017, 27 de Marzo) y BBC Mundo (BBC Mundo, 2017, 23 de Marzo).

1.3. Agenda setting y medioambiente en Colombia

Una vez explicado en el apartado anterior el concepto de periodismo ambiental, así como la relevancia y función social de los medios, resulta oportuno analizar los efectos que dichos enclaves tienen en sus audiencias y en la sociedad en general. Una herramienta teórico-conceptual para analizar dicho fenómeno es la teoría de la Agenda-Setting, propuesta por los norteamericanos Maxwell McCombs y Donald Shaw en el trabajo académico *The Agenda-Setting Function of Mass Media*, publicado en 1972, para referirse a la manera en la que los medios jerarquizan los temas a discutir y los transmiten a partir de ese proceso de selección.

La construcción de dicha agenda supone una influencia en la opinión pública, ya que a partir de ésta, la audiencia tiene una percepción sobre los temas que son más relevantes en la actualidad; por ello, es una de las herramientas conceptuales más empleadas para explicar los efectos de los medios en la sociedad. Según Raquel Rodríguez (2004), la teoría de la Agenda-Setting no solo hace referencia a la construcción y selección de temas, también tiene que ver con la transferencia de prioridades y énfasis a dichos temas.

La teoría diferencia tres tipos de agendas, como explica la autora citada, la primera es la *agenda de los medios*, que hace referencia a la relevancia que supuestamente dará la audiencia según la cobertura mediática en términos del número de noticias o veces que aparece en una portada determinado tema. Luego se refiere a la *agenda pública*, que se constituye a partir de la percepción del público sobre los temas a los que se debería prestar especial atención, a través de preguntas como: ¿cuál es el problema más importante actualmente en el país? Y esto se hace con el objetivo de tener un panorama sobre la relevancia pública de diversos temas. Finalmente, la *agenda política*, que hace referencia a las acciones que toman los gobiernos o instituciones que más adelante pasarán a ser temas en la agenda (Rodríguez, 2004).

Teniendo en cuenta la definición de Agenda-Setting, es importante aclarar que, en el caso de temas especializados -como el periodismo ambiental-, debe considerarse la *agenda de medios*, al pertenecer al grupo de conocimiento especializado o científico que debe responder a dinámicas de selección y producción en cada plataforma mediática. Sin embargo, al tratarse

de prácticas que configuran y afectan a nuestro entorno, debería considerarse como un tema de relevancia social y enmarcarse también dentro de la *agenda pública*.

En el caso colombiano, han sido muy pocos los trabajos centrados en el examen de la agenda sobre periodismo ambiental en los medios. En uno de ellos, publicado en 2011, Arias & Galván realizaron un análisis de contenido de la producción medioambiental en los diarios El Colombiano, El Espectador y El Tiempo. En este trabajo, los autores concluyen que la noticia es el género más empleado y el cubrimiento de información ambiental es bajo, en comparación con otras temáticas. Adicionalmente, se hace referencia a la falta de compromiso de los medios con el tratamiento oportuno y adecuado de la información ambiental (Arias & Galván, 2011). Sin embargo, la investigación no contrasta el análisis con variables de carácter cualitativo y solamente se aproxima a la importancia del estudio sobre medios de comunicación masiva de manera contextual, dejando a un lado la relevancia de dicho estudio en materia medioambiental.

Otro estudio vinculado a la comunicación ambiental en Colombia, realizado por Óscar Cuesta (2015), analiza el aporte de los planes de comunicación en las dinámicas de conservación de los Parques Nacionales Naturales; en ese sentido, es importante aclarar que esta investigación se centra en el Plan de Acción Nacional y los planes de manejo de cada parque, es decir, la comunicación de carácter institucional que permite una estrecha relación entre comunicación y educación.

Por su parte, González (2015) afirma que el periodismo en vez de asumir una acción concreta respecto a la problemática ambiental mundial, más bien opta por legitimar las opciones políticas, enfatizando, por ejemplo, la firma de acuerdos a nivel internacional. En este orden de ideas, el autor menciona que los medios (por ser producto y productores de un proceso de modernización), difícilmente se suman a la causa ambiental a través de un debate profundamente crítico sobre la relación sociedad naturaleza.

Martínez & Beling (2015) explican que deben existir valores y actitudes ambientales para que se realice efectivamente una lectura crítica y reflexiva de las noticias medioambientales.

En este orden de ideas, educación y periodismo deben trabajar de la mano. Sobre ello, en un estudio realizado por Constanza Román & Óscar Cuesta (2016), los autores afirman que la comunicación ambiental requiere la participación de diferentes sectores, es decir, una mirada más interdisciplinar, que no solo aporte contenidos informativos sobre fenómenos ambientales, sino que también eduque y concientice a la sociedad. Sin embargo, es necesario considerar que un proceso de comunicación que se proponga cambiar conductas y comportamientos sociales hacia el medio ambiente, sugiere reflexionar y entender a profundidad los fenómenos que generan la crisis ambiental que atraviesa el planeta, teniendo en cuenta la problemática en todas sus dimensiones.

Por esta razón, es necesario considerar, por ejemplo, que el derroche de recursos naturales para satisfacer las necesidades de consumo de la sociedad colombiana, impulsa la tendencia de monocultivos que terminan por acabar con la biodiversidad del país. Precisamente, estos problemas ambientales tienen un componente social, puesto que el medioambiente es entendido no solo como el espacio, sino como el conjunto de relaciones y organismos vivos que convergen en el espacio.

Es posible identificar que los fenómenos comunicativos que integran a su vez una función educativa, provienen del trabajo en conjunto con instituciones ambientales. Así pues, se abre un espacio para la reflexión sobre el periodismo ambiental y su relación con otras disciplinas. En este sentido, cabe resaltar que el trabajo de varias especialidades en conjunto, es indispensable para formular alternativas comunicativas efectivas que generen o incentiven la conciencia ambiental y, posteriormente, el cambio social.

Capítulo 2. Objetivos

Este trabajo se ha construido alrededor de los siguientes objetivos:

2.1 Objetivo general:

Comparar el tratamiento informativo de los contenidos web sobre periodismo ambiental de El Tiempo y El Espectador publicados durante el 2017.

2.2 Objetivos específicos:

- a. Identificar los temas más frecuentes en las coberturas de dichos medios.
- b. Evaluar, en estas cabeceras, la promoción -o la ausencia de la misma- de las soluciones a la problemática ambiental del país.
- c. Evidenciar la postura por la que se inclina cada medio, de acuerdo al uso y repetición de palabras de carácter positivo o negativo.

Capítulo 3. Metodología

Esta investigación es de carácter no experimental, pues solamente se observa el objeto de estudio; es transversal, pues los datos analizados han sido producidos en un lapso de tiempo determinado, en este caso el año 2017; y tiene un carácter exploratorio, porque es un tema que, como se ha evidenciado en el estado del arte de la investigación, ha sido muy poco explorado, y por la misma razón pretende establecerse una familiarización con el problema de investigación que pueda contribuir a indagaciones posteriores (Ancona, 2001).

A partir de la revisión conceptual que se ha realizado en las páginas anteriores, este estudio, de carácter comparativo, propone la observación de la construcción del periodismo ambiental en dos de las principales cabeceras colombianas, como son *El Tiempo* y *El Espectador* durante el año 2017. Para llevar a cabo esta tarea, se realizó una categorización de los temas, además de evaluar la promoción de soluciones a las problemáticas medioambientales. Por último, se determinó el contenido ideológico de los medios de comunicación respecto a los fenómenos medioambientales, a través de los supuestos valorativos que ofrece indirectamente su contenido (Colle, 2011), es decir, la postura que toma cada medio de comunicación analizado, respecto a la problemática ambiental.

Para alcanzar los objetivos que se ha planteado la presente investigación, se empleó la técnica de análisis de contenido manual, porque permite codificar los rasgos de varias unidades de análisis (Barredo, 2015). En este caso particular, el análisis de contenido permite traducir la

cobertura del medioambiente en variables cuantificables, que posibilitan identificar los temas que frecuentemente cubren los medios analizados. Por su parte, esta técnica se complementó con el análisis de contenido semántico, el cual se realizó a través una matriz semántica, con la finalidad de establecer modelos de relaciones que pueden ser codificados (Abela, 2000), para visibilizar la relación problema-solución y poder evaluar la promoción ambiental en los medios de comunicación. Para determinar una elaboración y selección de herramientas metodológicas apropiadas para la investigación, se realizó la siguiente tabla alineando los objetivos de la investigación y la metodología:

Fig 1. Objetivos y herramientas metodológicas

Objetivo general	Objetivos específicos	Metodología
Comparar el tratamiento informativo de los contenidos web de los medios escogidos	Identificar los temas más frecuentes en las coberturas	Análisis de contenido manual
	Evaluar la promoción -o la ausencia de la misma- de las soluciones a la problemática ambiental del país	Análisis semántico, matriz semántica para establecer la relación problema - solución
	Evidenciar la postura por la que se inclina cada medio de acuerdo al uso y repetición de palabras de carácter positivo o negativo.	Gráfica de supuestos valorativos

Fuente: elaboración propia

En cuanto al objeto de estudio, los medios de comunicación de los cuales se extraerá toda la información -*El Tiempo* y *El Espectador*-, se han escogido teniendo en cuenta el reporte del Estudio General de Medios del 2018, que los posicionan como los más consultados por los colombianos. Además, se eligieron las versiones digitales de cada medio considerando que, según este informe, mientras la prensa posee el 26% de los lectores del país, internet

representa el 75% de usuarios al día. Además, las plataformas web actualizan con más rapidez la información y permiten constantemente la interacción con los usuarios (Barredo & Díaz-Cerveró, 2017). En tal sentido, se tuvo en cuenta que la categoría *medioambiente* se encuentra con facilidad en las plataformas web, a través de los comandos de búsqueda, pero en la prensa escrita no es tan evidente realizar la búsqueda de contenidos relacionados, dado que las noticias medioambientales tienden a publicarse en las distintas secciones de cada cabecera.

En este trabajo, entonces, se analizó la producción de contenidos web vinculados al medioambiente durante el año 2017, teniendo en cuenta que ese año se comenzaron a presentar todos los balances del gobierno del ex presidente Juan Manuel Santos, entre los que se destacó la firma del acuerdo de paz entre el Gobierno colombiano y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) (Rincón, 2018). Uno de los efectos positivos del acuerdo que se resaltó fue el aumento de ecoturismo en el país, por ejemplo, en un discurso que encabezó Santos en el marco de la instalación de la legislatura del Congreso durante el 2017, en que mencionó que durante este año se incrementó en un 46% el número de turistas foráneos (Ministerio de Comercio, 2017).

Además, estimando que el modelo de desarrollo que impulsó el ex presidente durante todo su mandato intensificó la explotación del patrimonio natural mediante negocios basados en monocultivos de palma de aceite, y extractivismo de minerales como carbón, esmeraldas, petróleo y gas en territorios de alto valor ambiental, que además son habitados por comunidades afrodescendientes, indígenas y campesinas (Grupo Semillas, 2008), y que dicho modelo destapó una serie de debates, que se refleja en los diarios *El Tiempo* y *El Espectador*, respecto a la delimitación de páramos, zonas de reserva y Parques Nacionales Naturales, resulta oportuno realizar el análisis sobre el ejercicio de periodismo ambiental en el país durante este año.

Es importante tener en cuenta que, además de la relevancia de este año a nivel nacional, el 2017 fue de relevancia internacional en materia ambiental, ya que en junio de ese año Estados Unidos anunció su retirada del Acuerdo de París (BBC Mundo, 2017, 1 de Junio) lo que dio

paso a que incrementara la producción de este contenido en los medios de comunicación fomentando una confrontación de varios puntos de vista y opiniones.

El muestreo utilizado para segmentar el universo es de tipo no probabilístico por conveniencia, debido a que los medios seleccionados no cuentan con un registro o censo de las piezas informativas medioambientales y, por esta razón, no pueden seleccionarse aleatoriamente. Así pues, los contenidos se rastrearon a través de las bases de datos en los sitios web de cada medio seleccionado, mediante el comando de búsqueda *medioambiente*.

Uno de los criterios que se evaluó de los contenidos de cada medio fue la presencia del lenguaje de divulgación, esto teniendo en cuenta la caracterización propuesta por Philippe Roqueplo (1983), sobre el principal objetivo de dicho lenguaje en los medios de comunicación, entre los que se incluye informar sobre los acontecimientos científicos que puedan resultar relevantes, y señalar impactos y consecuencias en la sociedad de los mismos (Alcíbar, 2004). Para analizar este componente se tuvo en cuenta la definición de lenguaje de divulgación, abordada en varios artículos sobre periodismo científico y especializado. En ese sentido, Houssay (1945) propone que este lenguaje empleado en los contenidos periodísticos para informar y divulgar la ciencia, sea sencillo y evite tecnicismos, y en caso de presentarlos, que sean explicados de la manera más simple y escueta posible, teniendo en cuenta por supuesto explicar sin apelar a palabras eufóricas o exageraciones (Stecher, 2017).

Otro de los criterios analizados fue la presencia del lenguaje preventivo en los contenidos, esto con el objetivo de determinar si en la producción de información ambiental está únicamente orientada a divulgar, o más bien presenta alguna tendencia a prevenir o educar a la audiencia. Es decir, se observó la presencia de palabras como *prevenir, evitar, reducir, impedir, solucionar, mitigar, e implementar*, teniendo en cuenta que dichas palabras pueden indicar si se está ofreciendo una solución o se está sugiriendo alguna medida preventiva respecto al fenómeno ambiental. A la presencia de estas expresiones se denominó lenguaje preventivo o lenguaje de prevención.

Para alcanzar los objetivos que se trazó la investigación, y comparar de manera efectiva la cobertura que los diarios *El Tiempo* y *El Espectador*, realizaron durante el 2017, se emplearon algunas herramientas de la estadística descriptiva.

Capítulo 4. Resultados

En algunas gráficas es posible evidenciar que el porcentaje de las frecuencias sobrepasa el 100% o, por el contrario, es menor. Esto se debe en primera medida a que, en un mismo contenido, es posible identificar más de un tema, debido a la interseccionalidad que está implícita en un tema como el medioambiente, que atraviesa más de una disciplina, o bien, existen problemáticas que se interconectan (una es causa o consecuencia de la otra, por ejemplo). Por otro lado, es importante resaltar que algunos contenidos presentaron un margen de error, ya que no fue posible categorizarlos debido a la ausencia de uno o más de uno de los criterios a evaluar.

En total, se analizaron 230 contenidos (138 de *El Tiempo* y 92 de *El Espectador*), y se identificaron los temas que tendencialmente cubre cada cibermedio, el porcentaje de lenguaje de divulgación de cada uno, el porcentaje de lenguaje preventivo, y el género periodístico que se emplea con mayor frecuencia. Mediante estadística descriptiva, se calculó la moda, es decir, la frecuencia con la que se repiten los temas que cubre cada cibermedio, se encontró que, de los contenidos analizados de *El Tiempo*, el tema que se cubre con mayor frecuencia es la conservación, así como el tema de más cobertura en *El Espectador* también es la conservación, tal y como se muestra en la siguiente tabla:

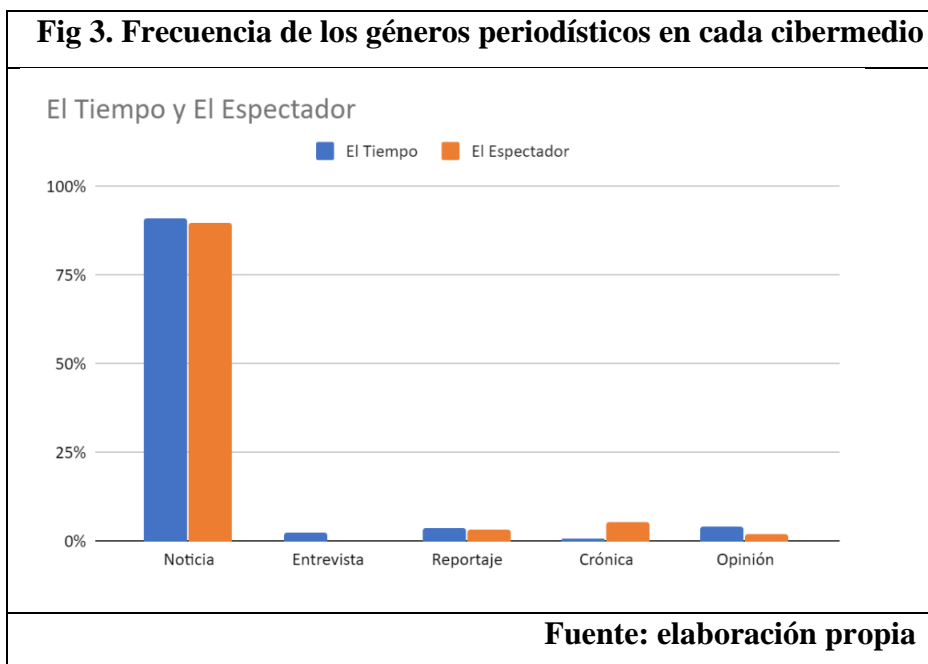
Fig 2. Temas con mayor cobertura en cada cibermedio				
Contenidos	El Tiempo		El Espectador	
	F	%	F	%
Biodiversidad	32	23.1%	8	8.6%
Desastres-Clima-Denuncias	11	7.9%	9	9.7%
Conservación	41	29.7%	27	29.3%

Contaminación	21	15.2%	14	15.2%
Deforestación	7	5%	2	2.1%
Sostenibilidad	11	7.9%	14	15.2%
Calentamiento-Cambio Climático	31	22.4%	12	13%
Legislación	0	0%	17	18.4%
Minería	6	4.3%	11	11.9%

Fuente: elaboración propia

Adicionalmente, se encontró que el género periodístico más utilizado por ambos medios de comunicación es la noticia, es decir, la tendencia general de producción de contenido ambiental se orienta hacia los géneros informativos y, ocasionalmente, a los géneros interpretativos y de opinión, ya que la noticia fue el género que más se repitió en cada cibermedio dentro de los contenidos que se analizaron. Los géneros que se tuvieron en cuenta en la recolección y análisis de la investigación fueron noticia, entrevista, reportaje escrito, crónica, y opinión. Es posible observar que ambos diarios tendencialmente se inclinan por la producción de notas informativas, lo anterior se puede observar en la siguiente tabla sobre géneros periodísticos. Los resultados fueron obtenidos mediante la estadística descriptiva, teniendo en cuenta las categorías mencionadas anteriormente.

Fig 3. Frecuencia de los géneros periodísticos en cada cibermedio

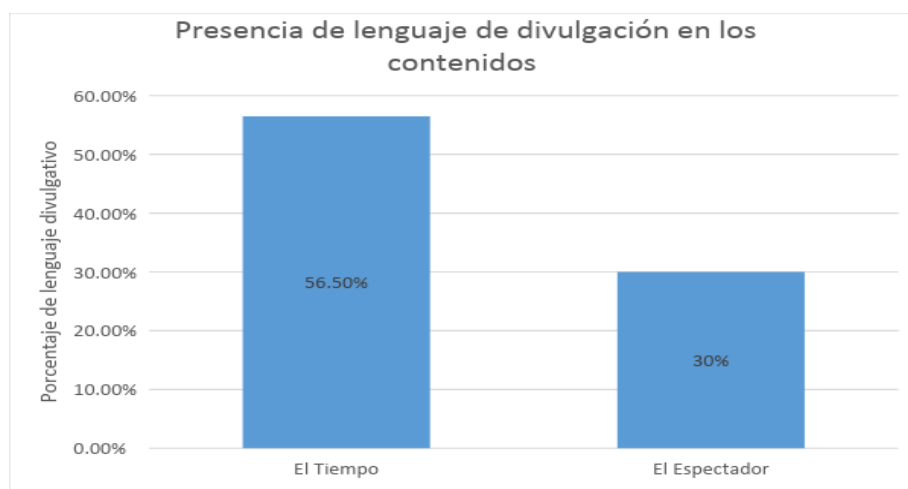


Fuente: elaboración propia

Considerando que la divulgación científica a través de los medios de comunicación no supone únicamente la traducción lingüística, sino más bien sugiere una recontextualización de los acontecimientos científicos anclados y aterrizados a las consecuencias de estos en la vida de cada persona y las comunidades (Alcíbar, 2004), esta investigación se propuso evaluar el impacto y pertinencia de los contenidos producidos por los cibermedios, analizando si se promueven conductas pro ambientales o soluciones a los problemas abordados en cada publicación.

De los 230 contenidos analizados, se evidenció que *El Tiempo* empleó un lenguaje de divulgación en 130 de los contenidos producidos, es decir, el 56.5% del total de los contenidos contiene un lenguaje de este tipo, mientras que, *El Espectador*, por su parte, cuenta con 71 contenidos que emplean lenguaje divulgativo, es decir, el 30% del total de los contenidos producidos. En este caso, se obtuvo el porcentaje de lenguaje divulgativo, respecto al total de los contenidos analizados. Teniendo la definición de Alcívar (2004) sobre la divulgación científica, y considerando que el periodismo ambiental hace parte del periodismo especializado y científico (por la naturaleza de los temas que aborda), se evaluó la presencia de lenguaje divulgativo en cada contenido, teniendo en cuenta si se realizaron explicaciones o contextualización del problema o tema central de cada producto periodístico. Los resultados se pueden evidenciar en la siguiente gráfica:

Fig 4. Porcentaje de lenguaje de divulgación empleados en los diario



Fuente: elaboración propia

Teniendo en cuenta la relevancia de la producción de información ambiental y la función social que los medios de comunicación cumplen en este proceso, como se ha mencionado anteriormente, se analizó también la presencia y ausencia de soluciones a los problemas ambientales expuestos en cada uno de los contenidos. Para llevar a cabo dicho análisis se construyó una matriz semántica, estableciendo como relación las premisas *expresión del problema - solución sugerida*. La matriz, además de explicitar la expresión de las problemáticas y la solución que se sugiere para cada una de estas, demuestra que del total de contenidos analizados, solo algunos cuantos tienen en cuenta esta relación entre problemática y solución, por lo que se tuvieron en cuenta solo aquellos contenidos que hacen referencia a esta relación. Los resultados pueden evidenciarse detalladamente en la siguiente tabla de clasificación:

Medio de Comunicación	Titular	Expresión del problema	Solución sugerida
El Tiempo	El día de las bolsas de tela y otras prácticas de consumo responsable	“Uno de los más recurrentes es no solo a reglamentar, también a cumplir con la reglamentación del uso de las bolsas de plástico. En Colombia, por ejemplo, según datos del Ministerio de Medio Ambiente, cada persona usa 24 bolsas de plástico al mes, lo cual equivale a 288 cada año y un aproximado de 21.024 durante toda su vida, considerando el promedio de vida de un colombiano: 73 años.”	“¿Qué puede hacer usted? Comparta esta imagen en sus redes sociales.”

El Tiempo	“En Mocoa, en la noche de la tragedia, llovió lo que en 10 días”	“La noche del 31 de marzo, que quedará registrada como una fecha trágica en la historia de Mocoa (Putumayo), las precipitaciones - entre las 10 de la noche y la 1 de la mañana del 1 de abril- alcanzaron cerca de 129,3 mm, una cantidad que caería regularmente en 10 días en esta ciudad del piedemonte amazónico.”	“¿Qué hacer para evitar tragedias como la de Mocoa? Evitar la tala de bosques en las áreas aledañas de los ríos así como no construir viviendas en las rondas de los afluentes(...).”
El Tiempo	“Ambientalistas se oponen a luz verde a 'fracking' en el país”	“Esta semana, la viceministra de Energía, Ruty Paola Ortiz, le aseguró a EL TIEMPO que el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible había dado luz verde a la producción de petróleo y gas de yacimientos no convencionales en el país.”	“En relación con el anuncio efectuado por este diario es preciso señalar lo siguiente: (...) Otro aspecto importante y necesario frente al posible desarrollo del fracking en Colombia es la necesidad de que el proceso de adopción de los Términos de Referencia haya sido consultado de manera activa y eficaz con los colombianos(...).”

El Tiempo	“Comienza temporada de huracanes que podría afectar a Colombia”	“La Unidad Nacional para la Gestión del Riesgo de Desastres (Ungrd) y el Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales (Ideam) anunciaron que este jueves primero de junio comienza la temporada de huracanes en el mar Caribe, Golfo de México y Océano Atlántico, que pueden presentar repercusiones en varias regiones del país.”	“(…) Autoridades recomiendan hacer seguimiento a los informes del Ideam frente a condiciones climáticas, niveles de mareas, vientos y fenómenos que puedan presentarse. Además, realizar acciones preventivas como limpiar escombros, asegurar techos, ventanas, vigas y canales de agua. Es necesario elaborar un plan de emergencia familiar en el que se determinen rutas de evacuación y puntos de encuentro.”
El Tiempo	“Nueva herramienta para conservar la cuenca del Magdalena”	“Este martes la organización The Nature Conservancy (TNC, por sus siglas en inglés) y el Centro Recuperación de Ecosistemas Acuáticos (Creacua) y en conjunto con otras entidades, lanzaron la herramienta del Sistema de Apoyo a la Toma de Decisiones de la Macrocuenca Magdalena Cauca (Sima).”	“Esta herramienta que es gratuita y es asequible para todo el mundo, todas las personas podrán inscribirse y acceder a toda la información sobre temas sociales, económicos, ambientales y climáticas brindadas por expertos. El sitio web es: www.sima-magdalena.co “

El Tiempo	“Siga estas recomendaciones para reducir las huellas de carbono”	“Investigadores de Suecia identificaron las cuatro acciones principales que las personas pueden tomar para reducir su huella de carbono, pero advirtieron que estos pasos rara vez se promueven en la esfera pública.”	“Hemos encontrado cuatro acciones que podrían resultar en disminuciones sustanciales en la huella de carbono de un individuo: comer una dieta basada en vegetales, evitar viajes aéreos, vivir sin auto y tener familias más pequeñas”, dijo el autor principal del estudio Seth Wynes, de la Universidad de Lund en Suecia. “
El Tiempo	“Propuestas para que la paz no ponga en riesgo al medio ambiente”	“Se estima que el 80 por ciento de los 187 municipios más afectados, por el conflicto, “no dispone de información catastral básica que permita saber sobre la propiedad, uso y explotación ambientalmente sostenible del territorio”.	“Implementar nuevos impuestos verdes, aprovechar el catastro multipropósito y sancionar con pagos los usos inadecuados de la tierra son algunos de los caminos que puede tomar el país para reasignar recursos que financien la política ambiental.”

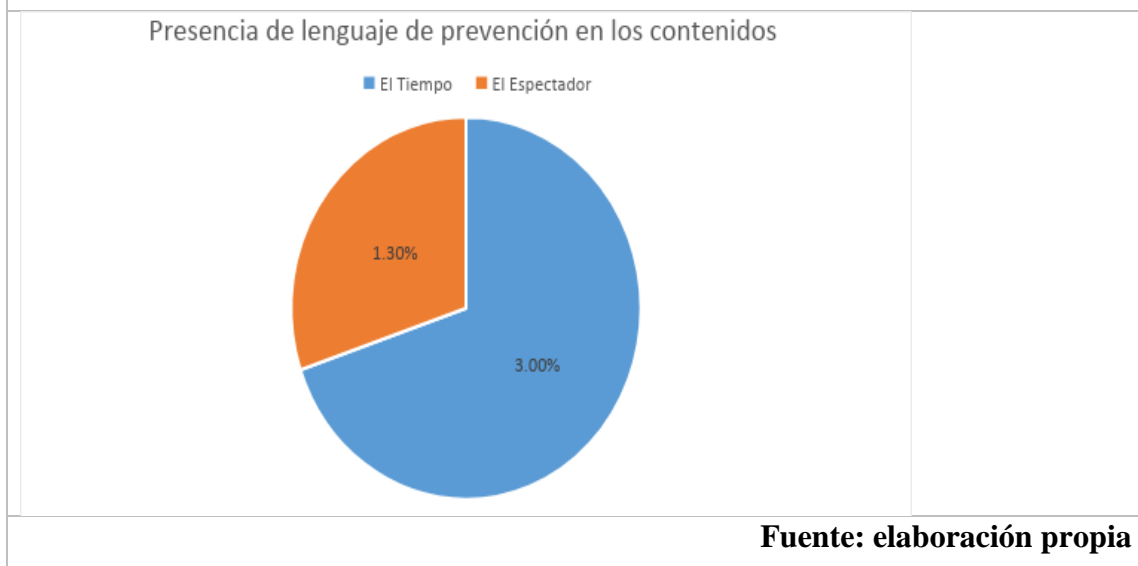
El Espectador	“El cambio climático es la mayor amenaza del medio ambiente”	“Todos esos son los efectos del cambio climático. Es real que el planeta está hablando y nos está exigiendo que cambiemos nuestro estilo de vida para poder preservar los recursos que aún existen y construir un mejor futuro, uno en el que el hombre sea capaz de vivir en armonía con la naturaleza.”	“Reducir los kilovatios de energía consumidos a través de proyectos de energías renovables y producción limpia, eliminar el uso de documentos impresos, reciclar e implementar estrategias para ahorrar agua, son acciones que pueden marcar una diferencia y hacer de su negocio un lugar más sostenible con el medio ambiente. ”
El Espectador	“Asociación de geólogos de la U Nacional sugiere usar recursos tecnológicos para prevenir desastres naturales”	“Estas son solo diez de las catástrofes que ha sufrido Colombia en los últimos años. A pesar de la fuerza impredecible de la naturaleza, la Asociación de Geólogos Egresados de la Universidad Nacional (Agunal), asegura que "buena parte de estas tragedias se habría podido evitar pues se tenía conocimiento previo de los fenómenos que finalmente las produjeron".	“El estudio de los geólogos de la Universidad Nacional propone utilizar las herramientas y los avances tecnológicos para hacer monitoreo permanente, tomar las medidas de prevención y continuar con estudios de seguimiento y actualización que cada municipio necesita para evitar que los desastres naturales afecten a la población.

El Espectador	“Mercurio: el metal que puso al mundo de acuerdo”	“Sin embargo, el Atrato y muchos de sus afluentes están amenazados: además de las masacres y tragedias que sus aguas han presenciado, ahora enfrentan los estragos de un enemigo mortal y silencioso, el mercurio utilizado en la extracción de oro.”	“El llamado es a actuar con efectividad ante un problema global que tiene expresión local en nuestro país. Una visión de largo plazo nos permitirá comprender que el verdadero oro de zonas biodiversas como el Pacífico, son sus servicios ecosistémicos y el potencial de hacer un aprovechamiento sostenible de productos forestales no maderables como frutos, semillas o raíces que son anhelados por la industria y la ciencia. En definitiva, la naturaleza es la única riqueza que garantiza nuestra supervivencia en el planeta.”
---------------	---	---	--

Fuente: elaboración propia

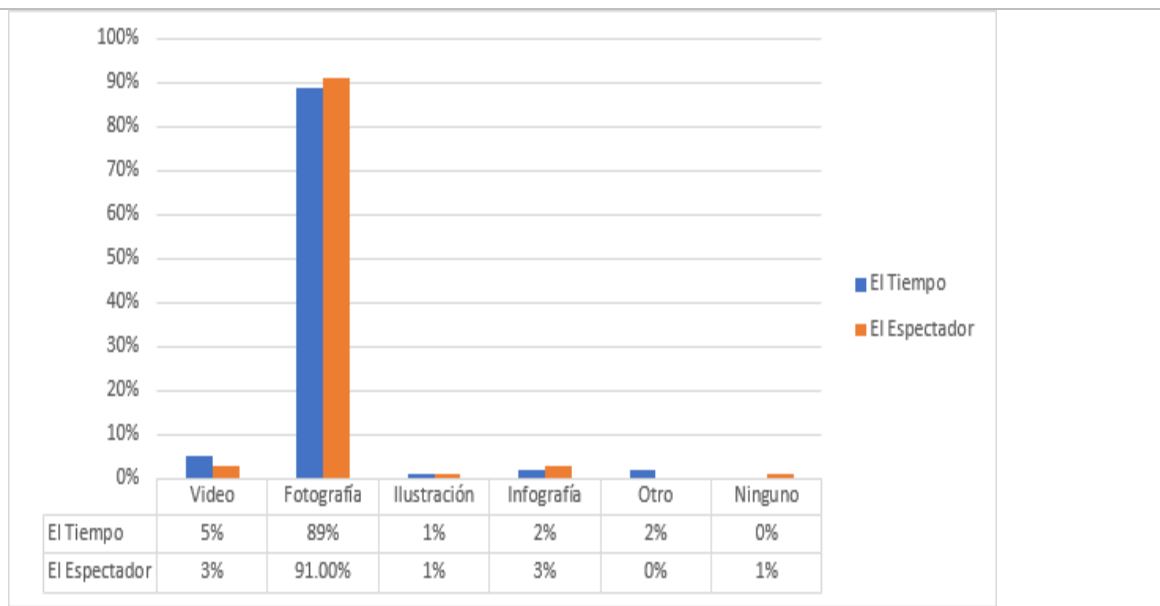
Adicionalmente, se encontró que, de los contenidos analizados, El Tiempo empleó un lenguaje preventivo en 7 de sus contenidos, es decir, el 3.4% del total de las notas producidas. Por su parte, El Espectador, hizo uso del lenguaje preventivo en 3 de sus contenidos, es decir, el 1.3% del total de producción. Es importante aclarar que la muestra estuvo determinada por la presencia de palabras como prevenir, prever, precaver, evitar, entre otras. Así pues, se fue construyendo una matriz de los contenidos que incluían lenguaje preventivo. Los resultados pueden compararse detalladamente en la siguiente gráfica:

Fig 6. Porcentaje de lenguaje de prevención en los cibermedios El Tiempo y El Espectador en los contenidos sobre medioambiente



Adicionalmente, se analizaron los recursos gráficos empleados en cada uno de los contenidos, esto con el fin de evaluar si los cibermedios se valen de otras herramientas audiovisuales para informar sobre los acontecimientos ambientales, que muchas veces y como se ha mencionado anteriormente, requieren de explicación y contextualización. Estos resultados se contrastaron con la gráfica de los géneros periodísticos empleados, ya que ambas están relacionadas, teniendo en cuenta que, los géneros informativos, por tratarse de una descripción escueta de los hechos, carecen del espacio suficiente para incluir más de un gráfico y, generalmente, en menor medida si se trata de algún recurso distinto a la fotografía. En la siguiente gráfica se puede comparar la presencia de los recursos audiovisuales empleados en cada contenido tales como: video, fotografía, ilustración, o infografía. Es importante señalar que el resultado de los porcentajes puede verse alterado por la presencia de las categorías de análisis “otro” y ninguno”, para referirse a los contenidos que, o no emplean ningún recurso audiovisual de apoyo para explicar mejor el fenómeno, o utilizan otros recursos adicionales a los que se contemplaron en la matriz de análisis correspondiente a los recursos más utilizados en los géneros periodísticos.

Fig 7. Presencia de recursos gráficos en los contenidos de los cybermedios El Tiempo y El Espectador

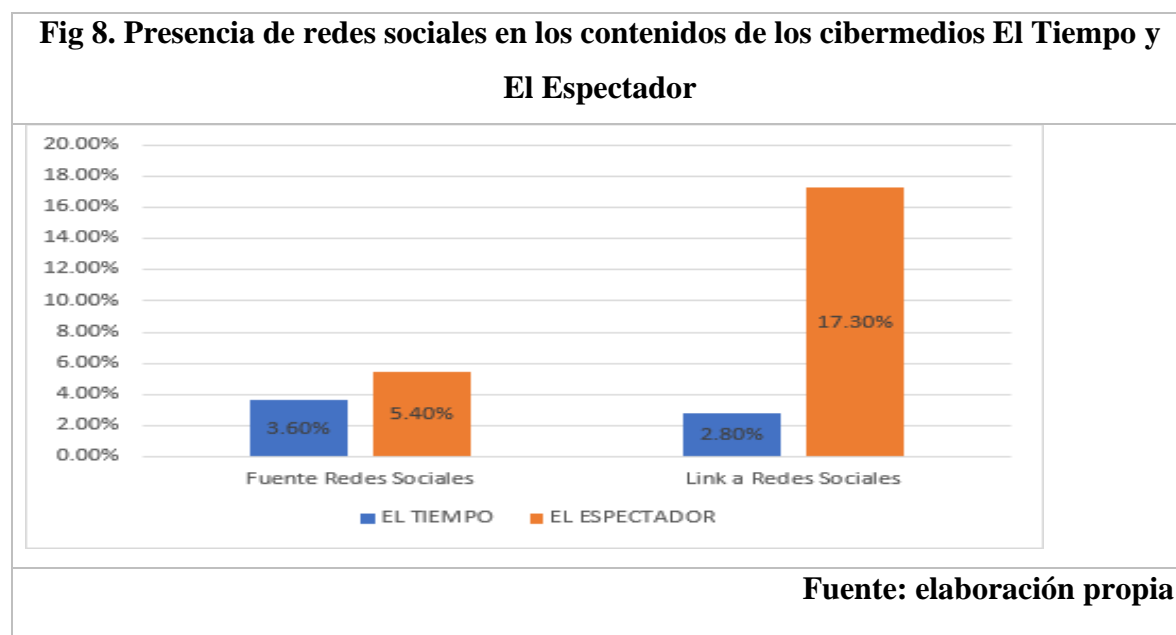


Fuente: elaboración propia

Finalmente, se analizó la presencia de redes sociales en cada contenido, bien sea como fuente, bien con un enlace directo a alguna red social como *Twitter*, *Facebook*, *Instagram* o *YouTube*, considerando que la mayoría de los cybermedios de comunicación, se valen de las redes sociales para difundir sus contenidos y aumentar su audiencia.

Dado que la relación de los medios con las audiencias tiende a ser multidireccional, es probable rastrear las demandas que realiza la sociedad a los cybermedios estudiados a través de la interacción mediante las redes sociales. También es importante considerar que, debido a la rapidez con la que viaja la información, utilizar las redes sociales para difundir la información y generar opinión pública puede enriquecer la relación entre medios y audiencias. Como concluye Herrero (2015) en su estudio *La credibilidad de las redes sociales en el ámbito periodístico*, la mayoría de comunicadores o periodistas recurren a las redes sociales en cinco casos particulares: difundir la información producida en los medios en los que trabajan, conocer la opinión de la audiencia, encontrar nuevos temas noticiosos, buscar y comparar información, y contactar fuentes.

Así, se introdujeron dos categorías para analizar la presencia de las redes sociales en los contenidos del medioambiente: Fuente de Redes Sociales, y Enlace a Redes Sociales, principalmente por dos razones, la primera para identificar en qué medio se puede rastrear mejor la convergencia entre medio y audiencia, o medio y sociedad, ya que si las fuentes se extraen directamente de las redes sociales esta relación multidireccional de la que hablamos anteriormente sería aún más evidente, y porque debido a la inclusión de las redes sociales en los medios a través de un enlace, se pueden visibilizar algunos de los casos particulares en los que los periodistas solo recurren a las redes no para interactuar multidireccionalmente con la sociedad, sino más bien, para emplear las redes como una estrategia de posicionamiento de marca. La siguiente tabla contrasta los datos encontrados:



Capítulo 5. Conclusiones

El proceso de recolección, análisis y comparación de los contenidos web sobre medioambiente, producidos por dos de los medios de orientación nacional más relevantes del

país en su versión web, *El Tiempo* y *El Espectador*, permitió realizar una aproximación al estado del periodismo ambiental en Colombia.

Fue posible evidenciar que, aunque las investigaciones y artículos académicos reconocen que el periodismo ambiental hace parte del campo del periodismo especializado y es, además caracterizado por una tendencia educativa, los resultados de la investigación permiten evidenciar que existe una brecha entre la definición conceptual del periodismo ambiental y el ejercicio del mismo en Colombia; ya que la teoría sugiere que el periodismo ambiental hace parte del periodismo especializado y, por lo tanto, debería procurar no solo informar, sino también traducir a un lenguaje menos complejo, explicar y educar a la audiencia; sin embargo, los resultados arrojados por esta investigación, evidencian que el género que tendencialmente orienta la agenda informativa de ambos medios es la noticia.

Aunque se entiende que la noticia es el género más utilizado en todos los medios sobre cualquier tema, es importante señalar que, en este caso particular, se podría complementar la información con otros recursos (gráficos, o investigativos, por ejemplo), para ofrecer una contextualización más amplia sobre los temas que se abordan, en cada contenido, y así mismo aumentar el porcentaje de lenguaje divulgativo tan característico del periodismo científico y especializado.

Además, teniendo en cuenta la función social que cumplen los medios, como herramienta de articulación y mediación en la vida social, el periodismo ambiental debería procurar tener un diálogo más estrecho con otras disciplinas y, sobre todo, proporcionar contenidos que además de informar, eduquen e incentiven prácticas, soluciones y alternativas para atender la emergencia ambiental que atraviesa el planeta. En este punto me parece relevante volver a traer el concepto de sociabilidad de Simmel (2002) mencionado en el marco teórico, que sugiere que mediante procesos individuales es posible tejer consciencia o arraigo social, para reparar en que, aunque algunas de las soluciones para la problemática ambiental podrían dirigirse a sectores muy específicos a los que les competerían explícitamente algunos temas en cuestión, como las administraciones locales; esta investigación se centró principalmente en las conductas de cambio individual que pueden promoverse a través del ejercicio de un

Periodismo Ambiental responsable con un enfoque especializado, para así generar una consciencia que se traduzca en cambio social, o al menos que incida en la agenda mediática que se trazan los medios de comunicación del país.

En cuanto a las noticias que cubre *El Tiempo*, el tema de mayor frecuencia es la conservación ambiental, así pues, se hace énfasis en las diferentes medidas nacionales e internacionales dedicadas a preservar los ecosistemas y resguardar la biodiversidad del país. Sin embargo, un buen número de dichas noticias está enfocada a premios y reconocimientos a figuras públicas. Por otro lado, *El Espectador* también realiza, en su mayoría, cobertura sobre conservación, así que puede afirmarse que es un tema que tiene muchísima más cabida en la agenda nacional, lo cuál es interesante ya que Colombia siempre se ha reconocido como un país extremadamente rico en biodiversidad, pero el conflicto siempre ha estado atravesado por el control sobre el territorio, es decir, los ecosistemas, y la cobertura sobre conservación no repara en estas relaciones entre riqueza, biodiversidad y territorio.

En este sentido, los contenidos que produce cada diario no están enfocados en esta relación entre territorio y relaciones sociales, sino más bien, en la noción literal de conservación de fauna y flora silvestre. Teniendo en cuenta el cambio de paradigma al que nos enfrentamos, en el que el medio ambiente no se refiere únicamente al entorno natural, sino a todas las relaciones entre ecosistema y sociedad, es posible observar que existe una brecha entre la teoría sobre el periodismo ambiental, como periodismo especializado, y la práctica de este mismo, ya que en primera medida, no reconocer el medio ambiente como una trama compleja que está intrínsecamente relacionada con la sociedad, termina siendo una mera descripción del exterior, componente que diferencia al periodismo especializado de otras vertientes periodísticas.

A través de una breve comparación entre los temas que frecuentan la agenda informativa de cada medio, es posible observar algunas diferencias sustanciales; por ejemplo, *El Tiempo* no hace énfasis en la legislación colombiana, mientras que el *El Espectador*, realiza muchísima más cobertura al respecto y, además, es un componente que se incluye en contenidos de otros géneros o que abordan más de un tema. Considero relevante y sustancial esta diferencia, ya

que la cobertura que realiza *El Espectador* sobre la legislación permite que la audiencia tenga un panorama muchísimo más claro sobre los efectos que tiene el acontecimiento científico en la sociedad, lo que esclarece la apelación al lenguaje divulgativo en los contenidos producidos.

Respecto a los géneros interpretativos, es posible observar que, por ejemplo, la mayoría de los reportajes que producen ambos medios incluyen bastantes fuentes oficiales y de expertos, pero el número de fuentes testimoniales es muy reducido, lo que parece problemático respecto a la cobertura de determinados temas como minería, contaminación y denuncias. Otro componente importante de las características generales de la producción es el apoyo en varias agencias de noticias, en su mayoría la agencia EFE, lo que puede evidenciar la estrecha relación entre la agenda informativa internacional y nacional.

En cuanto a la presencia de más de un tema en los contenidos analizados, fue posible concluir que, en la mayoría de notas en las que ocurre esto, se hace referencia a otro u otros temas además del principal, pero no se profundiza en este o estos, así estén estrechamente relacionados con el tema principal. Teniendo en cuenta que el género más frecuente en ambos medios es la noticia, es posible comprender que la presencia de más de un tema medio ambiental en los contenidos de cada medio sea baja, considerando que existen estándares de extensión para cada producto periodístico y las noticias se caracterizan por ser de los contenidos con menos caracteres.

Es relevante señalar que, respecto a los recursos gráficos que emplea cada medio, la fotografía es el recurso que orienta la cobertura ambiental, esto es bastante interesante, ya que al tratarse de periodismo especializado, podría apoyarse de varios recursos visuales para hacer más asequible la información y simplificar el proceso de codificación lingüística para transmitir de la mejor manera posible el mensaje a la audiencia. Recursos como infografías, especiales y reportajes multimedia podrían ser de gran utilidad, teniendo en cuenta la relación multimedial medios y audiencia de la que ya se ha hablado anteriormente, los recursos audiovisuales podrían generar una interacción distinta con la audiencia, ya que llaman más la atención.

En cuanto a la cobertura de *El Espectador*, que es el único diario que profundiza en los aspectos legislativos del medioambiente, es interesante ver que este es el tema principal que orienta la cobertura e investigación periodística. Así pues, temas como cambio climático y desastres naturales a causa de la actividad humana, se abordan desde el terreno de la legalidad, sin embargo, no profundizan en la promoción o prevención de conductas para mitigar las consecuencias de nuestro estilo de vida.

Considerando la bibliografía que se consultó durante la investigación que, a su vez, orientó la definición y función del lenguaje de divulgación respecto al conocimiento científico en los medios de comunicación, fue posible identificar que ambos diarios incluyen el lenguaje divulgativo en la producción de su contenido. El medio que más se apoya en este recurso es *El Tiempo*, apelando a esta técnica en el 56.5% de sus contenidos. Esto evidencia que los temas que mayormente cubre cada medio no requieren de esta técnica tan característica del periodismo especializado. Esto permite esclarecer la brecha que existe entre la definición conceptual y la práctica del periodismo ambiental.

Otro aspecto que es importante resaltar de la investigación es la ausencia de lenguaje preventivo en ambos diarios. Si bien el número de contenidos emplean alguna de las palabras que hace parte de esta categoría preventiva, es muy reducido el número de contenidos que ofrece una alternativa de prevención, esto se puede evidenciar perfectamente en la matriz semántica. Teniendo en cuenta además, que a través de discursos que fomenten cambios meramente individuales ya se puede promover un cambio social, deja bastante que desear el hecho de que los problemas expuestos así competan a administraciones locales o incluso, organismos internacionales, no reparen en las alternativas que se pueden implementar de manera individual, así como las fuentes de información necesarias para aportar a que la audiencia construya una perspectiva más crítica sobre el fenómeno o problema en cuestión, que de nuevo, es otra de las características del periodismo especializado.

En este punto es absolutamente relevante resaltar que, además de la gran brecha que existe entre la definición conceptual del periodismo ambiental y el ejercicio del mismo en el país,

existe una gran tensión entre el papel del periodismo especializado en medioambiente y el periodismo tradicional. Si bien, por considerarse un tema absolutamente relevante en la agenda mundial, además de ser un tema que nos compete a absolutamente todos los habitantes del planeta, es oportuno preguntarse por las particularidades del ejercicio del periodismo ambiental. En este sentido, ¿debe estar el periodismo ambiental indiscutiblemente ligado al activismo? Como se mencionó desde el inicio de la investigación, incluso los orígenes del periodismo ambiental estuvieron determinados por un enfoque educativo y en este sentido, podría afirmarse que una suerte de activismo. Sin embargo, ¿Existe en Colombia un espacio editorial idóneo para ejercer el periodismo ambiental desde este enfoque?

Es posible observar que el debate que abre el ejercicio del periodismo ambiental en el país, incluye un componente fundamental en el ejercicio periodístico en general, y es el tema de la objetividad y la parcialidad. Si bien a todos nos interesa vivir en un entorno idóneo que pueda suplir nuestras necesidades más básicas como por ejemplo respirar, es oportuno preguntarse por el impacto real de la comunicación respecto a la emergencia global. En este caso particular, se están dejando a un lado las nuevas plataformas y herramientas que podrían contribuir a tener más impacto en la sociedad de manera más fluida y eficaz. Aunque la presencia de las redes sociales es indiscutible en los contenidos analizados, ya que muchas veces son fuentes y otras veces recursos de apoyo, no se realiza un aprovechamiento mayor de difusión, alcance, e impacto. Asimismo, la ausencia de recursos como infografías y herramientas multimedia, hace evidente que uno de los límites del periodismo ambiental podría estar relacionado con los criterios editoriales que cada medio maneja, teniendo en cuenta la agenda setting de cada portal de información.

Referencias

- Abela, J. A. (200). Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada. *Fundación Centro de Estudios Andaluces*, 1-34.
- Alcíbar, M. (2004). La divulgación mediática de la ciencia y la tecnología como recontextualización discursiva. *Análisi*(31), 43-70.
- Ancona, M. Á. (2001). *Metodología Cuantitativa: Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: SÍNTESIS S.A.
- Bárbara Göbel, A. U. (2014). *Extractivismo minero en Colombia y América Latina*. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional.
- Barranquero, A. (2005). Latinoamérica en la ruptura del paradigma de la comunicación para el desarrollo. El recorrido de los pioneros en la búsqueda de alternativas democráticas. *Punto Cero*, 10(11).
Obtenido de <http://hdl.handle.net/10016/21646>
- Barredo, D. (2015). El análisis de contenido. Una introducción a la cuantificación de la realidad. *San Gregorio*, 3(Número Especial), 26-31.
- Barredo, D., & Diaz-Cervero, & E. (2017). La interactividad en el periodismo digital latinoamericano. Un análisis de los principales cibermedios de Colombia, México y Ecuador. *Revista Latina de Comunicación Social*, 273-294.
- Becerra, C. F., & Pineda, K. N. (2011). *Tratamiento informativo del tema medio ambiental en los periódicos: El Colombiano, El Espectador y El Tiempo mediante el análisis de contenido*. Bucaramanga: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2003). *La construcción social de la realidad*. Argentina: Amorrortu.
- Borrat, H. (2002). Paradigmas alternativos y redefiniciones conceptuales en comunicación periodística. *Anàlisi*(28), 55-77.
- Caballero, F. S. (2016). Ecología política y mediación periodística. Dialéctica de la política informativa ante el cambio climático. *REDES.COM*, 13-20. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11441/55944>
- Capra, F. (1996). *La trama de la vida*. Barcelona: Anagrama.

- Cardona, Ó. (2018). Los orígenes del estudio del periodismo especializado en Iberoamérica. *Escribanía*, 13(3), 37-45.
- Carvalho, A. (2009). Culturas ideológicas y discursos mediáticos sobre la ciencia. *Infoamerica*(1), 25-45.
- Castro, C. d. (2005). *Más que palabras: Comunicación ambiental para una sociedad sostenible*. Valladolid: GEA Comunicación Ambiental.
- Colle, R. (2011). *El análisis de contenido de las comunicaciones*. Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Colombini, M. (2008). Anclaje social de la comunicación ambiental. *Tram(p)as de la comunicación y la cultura*(64), 57-60.
- Cuesta, O. J. (2015). Análisis de los planes de comunicación en la protección ambiental en los Parques Nacionales Naturales de Colombia. *Fundación Universitaria Los Libertadores*, 13(2), 103-115.
- Díaz, R. R. (2004). Teoría de la Agenda-Setting : aplicación a la enseñanza universitaria. *Observatorio Europeo de Tendencias Sociales*, 158.
- Fontcuberta, M. D. (1997). Propuestas sistémicas para el análisis y la producción de información periodística especializada. En J. F. Moral, *Estudios sobre información periodística especializada* (págs. 17-23). Valencia : Fundación Universitaria San Pablo CEU.
- Galván, K. N. (2011). Tratamiento informativo del tema medioambiental en los periódicos: El Colombiano, El Espectador y El Tiempo mediante el análisis de contenido. Colombia.
- González, J. C. (11 de Febrero de 2006). Apuntes para comprender la cultura ambiental desde la comunicación. *Global Media Journal*, 3(6), 1-10. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68730606>
- González, L. A. (2015). La construcción periodística del cambio climático: Tendencias en América Latina. *Razón y Palabra*, 19(91). Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199541387011>
- Grupo Semillas. (2008). El agronegocio de la Palma Aceitera en Colombia. ¿Desarrollo para las poblaciones locales o una crónica para el desastre? *Revista Semillas*.
- Hall, S. (2010). *Sin garantías: Trayectorias y problemáticas en los estudios culturales*. Bogotá: Envión editores.

- Hernando, J. A. (2004). El tratamiento de la información ambiental: Los retos del periodismo ecológico. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*(087), 38-45.
- Herrero CURIEL, Eva (2015). La credibilidad de las redes sociales en el ámbito periodístico. <i>xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">Transinformação, 27</i>(2), undefined-undefined. [fecha de Consulta 31 de Octubre de 2019]. ISSN: 0103-3786. Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3843/384351520006
- Houssay, B. (1945). *El progreso de la ciencia. Ciencia e Investigación*. Ciencia e Investigación.
- Ibáñez, D. B. (2015). El análisis de contenido. Una introducción a la cuantificación de la realidad. *Revista San Gregorio*, 26-31.
- Ibáñez, D. B., & Cerveró, E. D. (2016). La interactividad en el periodismo digital latinoamericano. Un análisis de los principales cibermedios de Colombia, México y Ecuador. *Revista Latina de Comunicación Social*, 273-294. doi:10.4185/RLCS-2017-1165ES
- Leal, M. C., & Morales, J. F. (2013). Implicaciones ambientales y sociales del modelo extractivista en Colombia. En L. J. Salamanca, *Minería en Colombia Fundamentos para superar el modelo extractivista* (págs. 89-119). Bogotá, Colombia: Contraloría General de la República.
- Martínez, J. d., & Loose, E. B. (2015). Representaciones sociales de la naturaleza y periodismo especializado: contribuciones para repensar la educación ambiental. *Polis, Revista Latinoamericana*, 14(42), 325-343.
- Mercado, M. T. (2013). De la reducción de emisiones al cambio de paradigma: La construcción social de las soluciones al cambio climático en la prensa Argentina. *Razón y Palabra*, 18(84). Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199528904005>
- Michelsen, G. (2003). ¿Qué es lo específico en la comunicación sobre temas ambientales? *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*.
- Ministerio de Comercio, I. y. (2017). *Informe de Gestión, Sector Comercio, Industria y Turismo*. Bogotá: Directivos entidades del sector Comercio, Industria y Turismo.

- Mundo, B. (1 de Junio de 2017). *BBC.com*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-40124921>
- Mundo, B. (27 de Marzo de 2017). *Cajamarca, el pueblo de Colombia que le dijo no a la explotación minera*. Obtenido de <https://www.bbc.com>: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-39407877#orb-banner>
- Núñez, Y. R., & Moreno, O. C. (2016). Comunicación y conservación ambiental: avances y retos en Hispanoamérica. *Revista Latina de Comunicación Social*(71), 15-39. Obtenido de <http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1082/02es.html>
- Núñez, Y. R., & Moreno, O. C. (2016). Comunicación y conservación ambiental: Avances y retos en Hispanoamérica. *Revista Latina de Comunicación Social*(071), 15-39. doi:10.4185/RLCS-2016-1082
- Oliver, S. E. (2015). Periodismo especializado y especialización política. *Mediaciones Sociales*(14), 103-128. doi:http://dx.doi.org/10.5209/rev_MESO.2015.n14.51561
- Oliver, S. E. (2015). Periodismo especializado y especialización política. *Mediaciones Sociales*(14), 103-128.
- Ortiz-Riomalo, J. F., & Rettberg, A. (2018). Minería de oro, conflicto y criminalidad en los albores del siglo xxi en Colombia: Perspectivas para el posconflicto colombiano. *Colombia Internacional*, 17-63. doi:<https://revistas.uniandes.edu.co/doi/full/10.7440/colombiaint93.2018.02>
- PAÍS, E. (27 de Marzo de 2017). *ElPaís.com*. Obtenido de <https://www.elpais.com.co/colombia/anglogold-ashanti-analizara-consecuencias-tras-no-de-cajamarca-a-explotacion-minera.html>
- Pasín, E. C. (2007). Lo mediático y lo social: una compleja interacción. *FAMECOS*(32), 53-65.
- Reyes, R. F. (2003). En torno al debate sobre la definición del periodismo ambiental. *ÁMBITOS*(9-10), 143-151. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11441/52292>
- Reyes, R. F. (2010). La sostenibilidad: Una nueva etapa en el periodismo ambiental y en el periodismo en general. *DELOS. Revista Desarrollo Local Sostenible*, 3(8), 1-14.
- Rincón, L. F. (2018). Violencia, paz y conflictos ambientales en Colombia: Una mirada desde la ecología política y la sociología de la violencia. *Luna Azul*(46). doi: 10.17151/luaz.2018.46.21
- Sáez, M. T. (2006). Aportaciones teóricas en torno al concepto de Periodismo Especializado. *Question*, 1(9). Obtenido de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/147>

- Shanahan, J. y. (1999). *Nature Stories*. Hampton Pr; Edición: 1998th ed. (1 de septiembre de 1998).
- Soengas, X. (2013). El papel de Internet y de las redes sociales en las revueltas árabes: una alternativa a la censura de la prensa oficial. *XXI(41)*, 147-155.
- Solano, D. (2001). COMUNICACIÓN Y GENERACIÓN DE CONCIENCIA AMBIENTAL. *Tópicos en Educación Ambiental*, 3(7), 52-57.
- Stecher, P. v. (2017). El lenguaje de la ciencia y de su divulgación en la revista. *Logos: : Revista de Lingüística, Filosofía y Literatura*, 27(2), 198-210. doi:dx.doi.org/10.15443/RL271
- Unidas, N. (2016). Horizontes 2030 La igualdad en el centro del desarrollo sostenible. *Trigésimo sexto periodo de sesiones de la CEPAL* (págs. 3-174). México: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Valdés, A. T., Pérez, C. Z., & Condel, A. A. (2017). Comunicación audivisual, nuevos paradigmas y tendencias. *ALCANCE Revista Cubana de Información y Comunicación*, 6(12), 26-55.
- Valdés, A. T., Pérez, Z. C., & Condel, A. A. (2017). Comunicación audiovisual, nuevos paradigmas y tendencias. *Revista Cubana de Información y Comunicación: Alcance*, 6(12), 26-55.