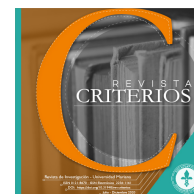

Enfoque medioambiental en los medios masivos de Colombia. Los casos de los noticieros Caracol y RCN

Environmental focus in the mass media in Colombia. Cases of Caracol and RCN News

Enfoque ambiental nos meios de comunicação social na Colômbia. Casos dos noticiários Caracol e RCN

Martínez-Bautista, Kelly Yohanna; Caballero-Ramírez, Dalia Jeraldin;
García-Avendaño, Yamile



Kelly Yohanna Martínez-Bautista

kmartinezba@uniminuto.edu.co

Práctica privada, Colombia

Dalia Jeraldin Caballero-Ramírez

dcaballero4@uniminuto.edu.co

Práctica privada, Colombia

Yamile García-Avendaño

ygarciaaven@uniminuto.edu.co

Práctica privada, Colombia

Revista Criterios

Universidad Mariana, Colombia

ISSN: 0121-8670

ISSN-e: 2256-1161

Periodicidad: Semestral

vol. 29, núm. 1, 2022

editorialunimar@umariana.edu.co

Recepción: 18 Mayo 2021

Revisado: 15 Septiembre 2021

Aprobación: 25 Octubre 2021

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/659/6593620008/>

DOI: <https://doi.org/10.31948/rev.criterios/29.1-art8>

Resumen: Los diferentes estudios ambientales realizados por organizaciones como la Organización de las Naciones Unidas han demostrado la importancia del control del ser humano dentro del medio ambiente. Los medios de comunicación, a pesar de su importancia, tienden a utilizar u ocultar información. Para comprobar que, en realidad no hay una correspondencia entre la importancia del tratamiento de la información y los noticieros, se trabajó en reconocer cuál es el espacio que se le asigna al medio ambiente en noticieros nacionales como Caracol y RCN. Para ello se hizo un trabajo de seguimiento a las noticias, mediante una clasificación durante el 15 al 30 de septiembre de 2020, obteniendo como resultado, que las noticias ambientales cuentan con un tiempo reducido, a menos que traten de temas gubernamentales o catástrofes; la cantidad de noticia respecto al tema es mínima, teniendo en cuenta la duración de los noticieros. Y, aunque la noticia en su mayoría busca informar, se evidencia un tinte publicitario en algunas notas, en específico las que están relacionadas con una sección en alianza con una compañía. El objetivo es identificar la intención e importancia con la que se transmite las noticias ambientales. Es decir, dar cuenta de la ausencia y la importancia de los medios para modificar sus agendas.

Palabras clave: Medio ambiente, noticias, enfoque medioambiental, medios de comunicación.

Abstract: The different environmental studies carried out by institutions such as the United Nations Organization have shown the importance of human control within the environment. The media, despite its importance, tend to use or hide information. In order to verify whether or not there is actually a correspondence between the importance of the treatment of information and the newscasts, we sought to recognize what space is assigned to the environment in national newscasts such as Caracol and RCN. For this, follow-up work was carried out on the news, through a classification during September 15 to 30, 2020, obtaining as a result, that environmental news has a reduced time unless it deals with government issues or catastrophes; the amount of news on the subject is minimal, taking into account the duration of the

newscasts. And, although the news mostly seeks to inform, an advertising tinge is evident in some notes, specifically those related to a section in alliance with a company. The objective is to identify the intention and importance with which environmental news is transmitted. That is, to account for the absence and importance of the means to modify their agendas.

Keywords: Environment, news, focus environmental, media.

Resumo: Os diversos estudos ambientais realizados por instituições como a Organização das Nações Unidas têm mostrado a importância do controle humano no meio ambiente. Os meios de comunicação, apesar de sua importância, tendem a usar ou ocultar informações. Para verificar se há ou não uma correspondência entre a importância do tratamento da informação e os telejornais, buscou-se reconhecer qual o espaço atribuído ao meio ambiente em telejornais nacionais como Caracol e RCN. Para isso, foi realizado um trabalho de acompanhamento das notícias, por meio de uma classificação durante os dias 15 a 30 de setembro de 2020, obtendo como resultado, que as notícias ambientais têm um tempo reduzido, salvo se tratarem de questões governamentais ou catástrofes; a quantidade de notícias sobre o assunto é mínima, levando-se em conta a duração dos noticiários. E, embora o noticiário procure principalmente informar, nota-se um tom publicitário em algumas notas, especificamente aquelas relacionadas a uma seção em aliança com uma empresa. O objetivo é identificar a intenção e a importância com que as notícias ambientais são transmitidas; ou seja, dar conta da ausência e importância dos meios para modificar suas agendas.

Palavras-chave: Ambiente, notícias, foco ambiental, meios de comunicação.

1. INTRODUCCIÓN

Según Califano (2015), “los medios de comunicación desempeñan un papel importante en el conocimiento de la realidad. No todos los hechos son transformados en noticia, sino sólo aquellos que resultan seleccionados por los medios para tal fin” (p. 62). Citando a Lippmann, explica que adquirimos “conocimientos indirectos” (p. 63) del mundo por parte de los medios de comunicación; y, citando a Park, las noticias son “una forma particular de conocimiento” (p. 63); por último, citando a Tuchman plantea que éstas son “una ventana sobre el mundo” (p. 64). Con esto logramos adentrarnos y entender el papel que representan los medios de comunicación a la hora de informar, ya que cubre la agenda tanto nacional como internacional de un país; en pocas palabras, las noticias nos dan una visión del acontecer diario del mundo en temas de interés como la política, economía, cultura, ciencia, sociedad y medio ambiente.

Las noticias de cambio climático adquieren un papel importante para la sociedad y el periodismo, el cual es definido por la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático (CMNUCC) y el Panel Intergubernamental de Expertos sobre Cambio Climático (IPCC) (citados por el Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales, IDEAM, 2004), como un cambio de clima que se da en el tiempo, sumado a la variabilidad natural del clima o, como resultado directo o indirecto de las actividades humanas. Teniendo en cuenta esto, el cambio climático entra a formar parte de la agenda de los medios, con un encuadre

enfocado en los eventos catastróficos que da la naturaleza; sin embargo, poco amplían el foco en cuanto a consecuencias o toma de conciencia, invitando a la acción, por lo cual Díaz-Nosty (2009) afirma:

La confrontación argumental de los medios de comunicación, con un mensaje generalmente descomprometido, discontinuo, descrito muchas veces a través del espectáculo violento de la naturaleza – tsunamis, sequías e inundaciones, distinto en su expresión a la dirección más nítida del consenso científico y con una incierta influencia en la opinión pública. (p. 2)

Cabe señalar que las investigaciones respecto a la manera como los medios tratan esta temática en América Latina, son limitadas, como lo ilustra Carabaza et al. (2007):

En México y Latinoamérica, la investigación sobre comunicación y medio ambiente es escasa. Solo se encuentra algunos reportes de análisis de contenido sobre la temática ambiental en los medios, como los trabajos de Fregoso (1993), Yescas Laguna (19992000), Encalada (1992), Martínez (2003) y Carabaza (2004), además de trabajos ensayísticos donde se discute el papel que los medios [representan] o deben [representar] ante la problemática ambiental. (p. 49)

Hermelin (2007) afirma que, “en Colombia se ha estudiado poco la relación entre la sociedad y el tratamiento que hacen los medios de comunicación de los desastres naturales” (p. 101), lo que nos muestra un panorama desolador que abarca desde los medios hasta la academia, colocando de antemano un reto por mejorar esta perspectiva, ya que, de cierta manera, el cambio climático es uno de los principales desafíos a nivel global, lo que lo convierte en un reto para la sostenibilidad planetaria y para el periodismo, debido a que los medios de comunicación tienen una labor social al servicio de su público. Por otro lado, este tema ambiental se presenta cuando ocurren hechos especiales como catástrofes, enfocado más en la causa y el efecto que, en las posibles soluciones (González-García, 2018).

Todo esto parece confirmar que las noticias de medio ambiente, por lo general, son noticias de sucesos, con una tendencia superficial, brindadas siempre y cuando tengan una economía sostenible que implantar. Un ejemplo es el incendio que se generó en el Amazonas; siempre se le dio importancia al número de hectáreas consumidas por el fuego y el número de víctimas que dejaba, pero nunca se le dio importancia a informar sobre el daño al medio ambiente y a la capa atmosférica. De acuerdo con León (citado por Montero, 2008):

Son los incendios forestales los que lideran el cómputo de informaciones ambientales emitidas por las televisiones de cobertura nacional, seguidos por la gripe aviar, la sequía y las lluvias. Examinando la distribución de temas predominan, como advierte León, “los asuntos ambientales de naturaleza negativa (...)”, mientras que resulta significativa la escasez de informaciones sobre asuntos tan relevantes como el cambio climático o el Protocolo de Kyoto. (p. 22)

En otras palabras, se puede decir que lo importante de la noticia es la forma como se presenta para llamar la atención, y no su contextualización e interpretación, ocasionando que la información se simplifique y pierda relevancia, aunque sea un tema de interés, por lo cual no genera un impacto en el actuar o pensar del espectador. De hecho, la investigación de tratamiento periodístico del cambio climático en los diarios peruanos *El Comercio* y *La República* (2013-2017) resulta como discusión de la falta de interés por brindar información basada en la prevención y explicaciones proporcionadas por expertos enfocadas al esfuerzo por buscar posibles soluciones. Dado que:

Son los eventos políticos, cuando no los desastres naturales, los que ocupan mayor cobertura informativa y espacio en los medios. Con excepción de este tipo de hechos, el cambio climático se convierte en un tema marginal de la agenda mediática. (González-García, 2018, p. 35)

Además, Quiñónez (2012), en su investigación sobre el periodismo ambiental, realiza un análisis de contenido a los medios digitales venezolanos *Noticias 24* y *Reporte 360*, con lo que concluye que “en la organización del contenido de la información ambiental en los medios analizados se refleja la escasa consulta de la fuente especializada para suministrar información sobre estos temas” (p. 200). Es decir, no se profundiza en las consecuencias de los eventos naturales ni en cómo prevenirlos o solucionarlos, teniendo en cuenta que los medios, a través de su agenda, tienen la capacidad de influir en la sociedad. Los medios de comunicación,

con el paso del tiempo, se han convertido en una fuente de poder, ya que educan y transmiten experiencias que influyen en el desarrollo de las personas en la sociedad.

Es decir, a los medios de comunicación se les ha asignado un papel de construcción de realidad social, dado que utilizan mensajes verbales y no verbales que logran crear mensajes de atracción para la sociedad. En efecto, la noticia se convierte en entretenimiento para mantener la mente dispersa y pierde la capacidad de generar cuestionamientos en el espectador. Al respecto, Berrocal-Gonzalo et al., (2015) declaran:

Este fenómeno característico del infoentretenimiento y surgido en el medio televisivo, despliega una completa estrategia de presentación de la actualidad, priorizando el relato atractivo sobre las funciones clásicas de representación e interpretación de la realidad y seleccionando aquellos aspectos de la información más llamativos y susceptibles de entretener al receptor. (p. 2)

Según Betancur (2019), las noticias de mayor importancia en la televisión colombiana están en temas relacionados con la política, la violencia y la economía, donde los noticieros se establecen como un escenario para la política noticiosa y del espectáculo o la farándula, ya que no se les da la misma importancia a noticias relacionadas con el cambio climático. Según Angulo (2011), en su análisis de contenidos del noticiero de RCN de Colombia, afirma que “se busca lo fácil y lo trillado, el espectáculo, las noticias atractivas y se subvalora o se elimina las que carecen de imagen” (p. 54).

No obstante, el periodismo ambiental es “un periodismo en el que se establece complicidades con el ciudadano, un periodismo de apelación constante a las actitudes y comportamientos de las personas, que invita a la acción, a la modificación de conductas” (Quiñónez, 2012, p. 188); la información ambiental debe ser un instrumento para realizar un ejercicio de comprensión y crítica; debe ir más allá de la denuncia, llegando al análisis, origen e impacto social, económico, político y cultural.

Por lo tanto, generar un alto contenido de noticias ambientales se convierte en un tema complejo, cuando la audiencia se fija en otro tipo de contenido. Educar a la audiencia para generar esta clase de noticias depende de la construcción de una visión crítica, capaz de modular un consumo responsable de las noticias; más aún, generar empleo a periodistas cualificados, capaces de hacer atractiva y comprensibles estas noticias. Teniendo en cuenta la interpelación de Montero (2008):

¿Cuándo nos acordamos del cambio climático, del cambio global? Cuando está asociado a algún espectáculo mediático (Al Gore), cuando está vinculado a una circunstancia política (cumbres internacionales) o cuando se manifiesta a través de un suceso o una catástrofe (fusión de las placas de hielo en la Antártida). Resulta desolador comprobar cómo la cantidad de información sobre cambio climático apenas ha evolucionado (salvando esos picos coyunturales) en la última década, aun cuando el problema y sus consecuencias no han dejado de crecer. (p. 147)

Por esta razón, la finalidad es identificar la intención e importancia con la que son transmitidas las noticias ambientales.

2. METODOLOGÍA

La hipótesis que se manejó en este estudio afirma que, en los noticieros Caracol y RCN se maneja un encuadre cerrado frente a las noticias de impacto ambiental; es decir, este tipo de noticias tiene poca profundidad. El tipo de investigación que se realizó fue descriptivo, buscando especificar y recolectar con precisión las características más relevantes acerca de las variables: Medio ambiente y Noticias. Arias (2012) postula que:

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. (p. 24)

Además, este tipo de enfoque es acorde al objetivo general ya que “por lo general, los estudios descriptivos son la base de las investigaciones correlacionales” (Hernández et al., 2014, p. 45). El objeto de estudio corresponde a las noticias de los canales Caracol y RCN en las emisiones de las 7:00 p. m., dado que son

los canales de mayor acceso y de mayor relevancia en el país. Según las cifras de Rating Colombia (2022), la audiencia de estos canales lidera las listas de valoración desde 2006, de manera que se tiene un enfoque mixto, ya que permite analizar la representación discursiva emitida en las noticias de cada medio, enfocada en la categoría de medio ambiente, teniendo en cuenta la descripción de los hechos, las temáticas que se aborda y la finalidad con la que son presentadas.

Para ello, se debe tener en cuenta, ciertas características de los enfoques cuantitativo y cualitativo; algunas de ellas en el primer estudio son, la necesidad de medir, considerando lo que se ha estudiado anteriormente y que, deriva en hipótesis que se genera antes de la recolección y análisis de datos (Hernández et al., 2014), como es el caso de este estudio ya que, de acuerdo con la literatura consultada, las noticias de medio ambiente carecen de profundidad y son un ítem poco común en las agendas de noticias. Además, Creswell (citado por Hernández et al., 2014) afirma que “los análisis cuantitativos se interpretan a la luz de las predicciones iniciales (hipótesis) y de estudios previos (teoría). La interpretación constituye una explicación de cómo los resultados encajan en el conocimiento existente” (p. 5).

Por otro lado, según Berelson (citado por López, 2002), el análisis cuantitativo “es una técnica de investigación que pretende ser objetiva, sistemática y cuantitativa en el estudio del contenido” (p. 173), mientras que el enfoque cualitativo se caracteriza por un punto de vista interpretativo y “postula que la realidad se define a través de las interpretaciones de los participantes en la investigación respecto de sus propias realidades” (Hernández et al., 2014, p. 9); esto, teniendo en cuenta que el objeto de estudio son las emisiones de noticias y que estas fueron interpretadas a partir de la subjetividad de las investigadoras.

El método empleado es el análisis de contenido, ya que es una técnica de investigación que pretende ser objetiva, sistemática, cuantitativa y cualitativa, que ayuda a obtener datos para tener una codificación de los resultados, debido a que este análisis permite estudiar el contexto de cómo los medios de comunicación muestran las noticias de temas medioambientales, lo cual aporta un grado de objetividad en la investigación. Según Krippendorff (citado por Tinto-Arandes, 2013):

El análisis de contenido está considerado como una de las metodologías más importantes de la investigación sobre comunicación, estableciendo que su objetivo descansa en estudiar de manera rigurosa y sistemática la naturaleza de los diferentes mensajes que se intercambian en los actos de comunicación que realizamos. (p. 140)

Este método permite ampliar la percepción de las personas sobre dicho objeto; se considera que genera una visión más amplia, considerando el tipo de investigación descriptiva y el análisis de contenido, dándoles fuerza y veracidad a los resultados obtenidos, sin dejar vacíos o, la necesidad de incluir otros métodos para la explicación de cada variable.

En primer lugar, se hizo una recolección de las emisiones de noticias de las 7 p. m. en los canales Caracol y RCN, durante el periodo comprendido entre el 15 y el 30 de septiembre del año 2020, donde se filtró las noticias relacionadas con temas medio ambientales y se realizó un conteo de las noticias que se obtiene de cada medio. El segundo paso fue categorizar porque, de acuerdo con Fernández (2002) “...la variedad de las categorías es casi infinita. Casi podríamos decir que es posible inventar unas nuevas para cada análisis” (p. 38); por esto, es importante la selección de las categorías, que sean pertinentes y exhaustivas.

Por consiguiente, mediante la aplicación Atlas. ti se categorizó los temas de mayor importancia referentes a medio ambiente (desastres naturales, cuidado al medio ambiente, políticas ambientales, minería, cambio climático, energía renovable, protección animal, entre otros) con el fin de identificar qué temas presentan más relevancia en la agenda de noticias. Al igual, se determinó el tiempo de duración de estas noticias y su finalidad: informar, narrar, explicar o concientizar.

3. RESULTADOS

En un primer momento, se realizó la recolección de noticias ambientales en las emisiones de las 7 de la noche en el rango de fechas establecido; se extrajo las que tuvieran términos relacionados con el medio ambiente: sostenibilidad, explotación, catástrofes, conservación, y se anotó el número total de ellas, además de clasificar según el canal. En este punto se encontró un total de 27 noticias relacionadas con la categoría de medio ambiente, de las cuales 26 corresponden al canal Caracol y solo una al canal RCN.

Al generar un promedio de este tipo de noticias en el rango de fechas establecido, encontramos que solo hay una o dos por emisión. Es necesario recalcar que el promedio de Caracol es de 23 noticias aproximadamente a nivel general (política, economía, internacional), mientras que RCN cuenta con un total de 15 noticias aproximadamente. Una característica importante es la duración de estos noticieros, ya que Caracol cuenta con una 1'30" y RCN 1'.

El segundo momento se enfoca en el discurso de este tipo de noticias; principalmente, en la forma como son abordadas, las franjas en las que tienen mayor notoriedad y si aparecen o no en los titulares, con lo cual se pretende explicar las razones que hacen que una noticia de esta índole tenga mayor relevancia o no, e indicar los términos y temáticas de mayor frecuencia.

Las temáticas que se desprendieron de la observación de las noticias fueron: cambio climático, cuidado al medio ambiente, desastres naturales, protección animal y sostenibilidad, de las cuales se evidencia la importancia y el enfoque a los temas de desastre y cuidado ambiental; sin embargo, hay que tener en cuenta que el alto número de esta última se debe a la sección de agenda verde del canal Caracol donde, de diez noticias de dicha temática, seis fueron emitidas en esta sección.

De la misma manera, parte de la finalidad de esta investigación fue evidenciar la importancia que se le da a la intención de la noticia; por esto, es una de las categorías en las que se encuentran las subcategorías Concientizar, Explicar, Informar, Narrar, Publicitar; se identificó que, el fin informativo se mantiene en pie; es decir, la noticia cumple con su labor informativa.

Secciones

Las secciones relacionadas con temas medio ambientales no se presentan en los titulares, ya que estos muestran noticias relacionadas con política, economía, entre otros. La única noticia relacionada con medio ambiente que encontramos en los titulares es la que trata el discurso del presidente Duque. Estas se apoyaron con imágenes del mandatario colombiano, pronunciamiento de la Cancillería, el fallo de la Corte Constitucional colombiana y el comunicado de la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

Conviene subrayar que Caracol cuenta con una sección denominada 'Agenda Verde', en colaboración con las Empresas Públicas de Medellín (EPM), en la cual se aborda diferentes proyectos en las comunidades apoyados por estas últimas, quienes apoyan, patrocinan y asesoran en lo correspondiente. Representa -o garantiza- un espacio en el que se incluya proyectos sostenibles en los cuales se evidencia, por medio de la nube de palabras, que el nombre de la compañía está inmerso en estas. Igualmente, exhibe un tinte publicitario en sus notas, especialmente por los funcionarios que intervienen en estos episodios, aunque también se muestra testimonios de las comunidades en las que intervienen con sus proyectos que, generalmente, apuestan a conservar o recuperar algún espacio natural o reducir el impacto ecológico.

Las noticias internacionales cuentan con un espacio especial en Caracol, en una sección denominada 'El mundo hoy', que se caracteriza por la relevancia de hechos de desastres ambientales como los tsunamis, huracanes o la muerte de algunas especies, ya que, de ocho de estas temáticas, seis pertenecen a la franja, mientras las secciones 'Colombia en un minuto' y 'Noticias en un dos por tres', cuentan con variedad de temáticas, pero son abordadas con muy poco tiempo ya que se presenta tres notas en un minuto.

aproximadamente. En contraste, el canal RCN no posee una franja dedicada al ámbito ambiental; es más evidente la poca importancia que tienen las noticias de esta temática, teniendo en cuenta que, en el rango de fechas establecido, tan solo emitió una, relacionada con la política y con organismos internacionales como la ONU.

De hecho, las noticias que aparecieron en los titulares de ambos noticieros estuvieron relacionadas con catástrofes o política; esto es, tuvieron mayor relevancia, al hacer algún pronunciamiento de un organismo estatal, de un portavoz de la ONU o, al darse en un evento internacional en el que el gobierno colombiano emitía una declaración. Incluso, las noticias internacionales relacionadas con la temática ambiental, siempre estuvieron en secciones de esta índole, mientras que las nacionales, al relacionarse con un organismo internacional, adquirirían mayor relevancia, pero si no era el caso, eran presentadas de manera fugaz o, asignadas antes de la sección de deportes.

Ampliación

Existen alrededor de dos noticias con ampliación en segundas emisiones, como el caso del huracán Sally y la explotación de carbón (gubernamental y comunidad); la primera, porque es un fenómeno natural que se presentó en Estados Unidos y que afectó a toda una comunidad; además, se dio el cubrimiento del hecho, donde en una primera emisión contaban lo que estaba sucediendo y, en sus ampliaciones, los efectos.

La segunda noticia, porque hay contaminación por cuenta de la explotación de carbón en una de las minas de cielo abierto más grandes de América Latina: la mina El Cerrejón, que está afectando la calidad de vida de la comunidad indígena Wayúu que habita en este sector; incluso, hay una orden por parte de la Corte Constitucional, exigiendo la disminución de las afectaciones de esta población, pero no se ha cumplido, por lo cual un portavoz de la ONU hace su pronunciamiento. En la ampliación se retoma parte de lo anterior, pero también se muestra directamente desde esta comunidad, las afectaciones que se están presentando e incluye el pronunciamiento de algunos líderes Wayúu, evidenciando las diferentes posturas que hay acerca de la noticia (institucional y de la comunidad).

Medios digitales

Se llevó a cabo una comparación de cómo fueron manejadas las mismas noticias en los medios de comunicación digitales. En primer lugar, las noticias pertenecientes a la sección ‘Agenda verde’ de las EPM no aparecen en ninguno de estos medios, ya que es una sección con contenido especial de Caracol, en alianza con ellas. Por otro lado, se ubicó cinco de las 26 noticias en estas plataformas. Hay que tener en cuenta que dos de estas son de agenda internacional: incendios incontrolables y huracán Sally.

La noticia que más cobertura tuvo fue el discurso del presidente Duque frente a la ONU, con la aparición de la noticia en siete medios, de los cuales solo tres se enfocaban en la temática medio ambiental. Por su parte, para comprobar la interactividad de la noticia con los consumidores, se buscó en estos medios la sección de comentarios, en la cual las noticias no generaron interés, a diferencia del discurso de Duque, debido al tema político, ya que el periódico El Tiempo presentó la interacción por parte de los usuarios.

Por último, se creó una tabla con base en la nube de palabras obtenida por medio de la herramienta Atlas.ti, que muestra las palabras más repetitivas o de mayor relevancia en las noticias, con una breve descripción en la cual se refleja su uso, con el fin de identificar el contexto en el que son dichas.

TABLA 1
Nube de palabras

Palabras	Descripción
Medio Ambiente	Esta es utilizada en más de una nota debido al enfoque que se maneja temáticamente en la investigación. ya que hablamos de medio ambiente.
Incendios	Debido a la cantidad de noticias sobre este tema: 3. Esta se maneja de forma informativa, explicando el acontecimiento
Especies	Esta palabra aparece en cuatro noticias relacionadas con cuidado ambiental, con relación a las plantas, principalmente
Duque	Aparece en las notas sobre el discurso frente a la ONU, y es la figura principal de la política en Colombia
ONU	La nombran en el discurso de Duque y en Rifirrafe. Principalmente, por ser el organismo internacional que interpela por los derechos de una comunidad a un ambiente sano
Explotación	Se maneja en dos noticias, principalmente la extracción de carbón
Contaminación	Se relaciona con daños y afectación al medio ambiente
Forestales	Se asocia con incendios
Habitantes, personas y comunidad	En la mayoría de las noticias se ve a los afectados o participantes de un proyecto o descubrimiento
Restauración	Tres noticias, que aluden al rescate y/o protección de un espacio natural
Calentamiento global	Aparece en cuatro noticias sobre los efectos de este
Sostenibilidad	Cuatro noticias, relacionadas con nuevos emprendimientos o proyectos enfocados en la restauración y cuidado medioambiental
Protección y proteger	Siete noticias presentes en el discurso, el Bioparque Arví y donde participan las comunidades. Busca beneficiar un lugar (principalmente) o comunidad vulnerable
Conservación	Cuatro noticias relacionadas con el parque, el bosque, la fuente hídrica y el descubrimiento, con la finalidad de proteger estos espacios y especies.

5. CONCLUSIONES

Las noticias medio ambientales no tienen un alto grado de importancia en las emisiones de los noticieros de los canales Caracol y RCN, como se evidencia con el número de noticias emitidas por día. La mayoría de ellas, de las encontradas, pertenecen a Caracol, debido a que cuenta con una sección especializada en el tema; pero esto, a su vez, es poco objetivo, porque en gran parte se percibe el tinte publicitario de EPM.

Retomando lo planteado en el marco teórico, se infiere que, efectivamente, las noticias ambientales manejan un encuadre cerrado, ya que no cuentan con la profundidad que estas requieren, al ser un tema que ha tomado relevancia en la actualidad.

Frente a los diferentes acontecimientos ambientales que se ha evidenciado hoy en día, es vital replantear las formas de manejar las noticias ambientales, ya que estas no solo deben informar, sino también concientizar, al tiempo que se debe profundizar en las consecuencias y causas, no solo en los hechos. Esto es algo que tanto

los medios masivos como los alternativos deben plantearse, dado que son una herramienta comunicativa de gran importancia en la sociedad actual. La investigación da paso a nuevas investigaciones que lleven a medir la influencia en la audiencia y a descubrir nuevas formas o enfoques para manejar el periodismo ambiental.

4. DISCUSIÓN

El análisis de las noticias obtenido de la observación evidencia la poca profundidad que se maneja en el ámbito medio ambiental, aun cuando la intención de ellas es informar. A lo largo de la investigación se busca replantear y poner en controversia su estructura, ya que el tema medio ambiental es de importancia mundial y más allá de informar necesitamos concientizar. Desde el punto de vista de Cervantes-Loredo (2015):

Los medios de comunicación cumplen cuatro funciones sociales: informar, persuadir, entretener y educar. Si bien esta última es con frecuencia olvidada en los medios convencionales, es innegable la influencia de los medios en la socialización de valores culturales, pautas de comportamiento y de una interpretación de los hechos sociales y naturales del entorno. (p. 16)

En efecto, los medios pueden ser una Cervantes-Loredo (2015): herramienta educativa de igual o mayor poder que las instituciones educativas, ya que su cobertura y su influencia se vuelven estrategias eficaces al momento de generar participación ciudadana y conciencia planetaria; pero esto, a su vez, requiere de objetividad y políticas comunicacionales por parte de los órganos de estado (Cervantes-Loredo, 2015).

Por otra parte, y teniendo en cuenta los resultados, se evidencia que las noticias relacionadas con secciones específicas en alianza con el canal, manejan un tinte publicitario, como es el caso de EPM. Según Kotler (citado por Apaza, 2014):

La publicidad es una herramienta ampliamente utilizada por organizaciones interesadas en comunicar mensajes con contenido medioambiental, para promover el conocimiento de sus productos ecológicos y el comportamiento de compra. La publicidad ecológica es una forma de publicidad social que suele incluir información o reclamos sobre cómo el producto anunciado puede contribuir a la mejora del medio ambiente, o a reducir la degradación del mismo. (p. 7)

Otro punto que se destaca en los resultados es la relevancia de las temáticas, ya que, estas se basan en temas internacionales, políticos y económicos, como es el caso de las noticias relacionadas con desastres naturales y gubernamentales, de tal forma que las noticias de mayor relevancia son las que están relacionadas con algún organismo que hace parte de las Naciones Unidas, un representante político o, que hacen parte de la sección internacional. Como indica González-Alcaraz (2018):

La atención periodística sobre la cuestión climática se caracteriza notoriamente por la ‘coyuntura internacional’, por un ‘sube y baja’ propiciado por la agenda de instituciones ubicadas bajo el paraguas de Naciones Unidas, de modo que los encuentros de la élite política y la divulgación de informes técnico-científicos sobre la problemática, que suelen divulgarse en el contexto de estos encuentros, tienden a disparar ‘olas noticiosas’. (p. 196)

Es necesario anotar que, la ola noticiosa, es decir noticias que tuvieron ampliación y mayor cobertura, estuvieron relacionadas con el gobierno, la comunidad y un organismo que hace parte de la ONU y, en otros casos, con desastres naturales que suceden fuera de Colombia.

5. CONCLUSIONES

Las noticias medio ambientales no tienen un alto grado de importancia en las emisiones de los noticieros de los canales Caracol y RCN, como se evidencia con el número de noticias emitidas por día. La mayoría de ellas, de las encontradas, pertenecen a Caracol, debido a que cuenta con una sección especializada en el tema; pero esto, a su vez, es poco objetivo, porque en gran parte se percibe el tinte publicitario de EPM.

Retomando lo planteado en el marco teórico, se infiere que, efectivamente, las noticias ambientales manejan un encuadre cerrado, ya que no cuentan con la profundidad que estas requieren, al ser un tema que ha tomado relevancia en la actualidad.

Frente a los diferentes acontecimientos ambientales que se ha evidenciado hoy en día, es vital replantear las formas de manejar las noticias ambientales, ya que estas no solo deben informar, sino también concientizar, al tiempo que se debe profundizar en las consecuencias y causas, no solo en los hechos. Esto es algo que tanto los medios masivos como los alternativos deben plantearse, dado que son una herramienta comunicativa de gran importancia en la sociedad actual. La investigación da paso a nuevas investigaciones que lleven a medir la influencia en la audiencia y a descubrir nuevas formas o enfoques para manejar el periodismo ambiental.

6. CONFLICTO DE INTERESES

Los autores del artículo declaran no tener ningún tipo de conflicto de intereses sobre el trabajo presentado.

REFERENCIAS

- Angulo, L. (2011). Análisis de contenidos del noticiero de RCN de Colombia desde la perspectiva de la Comunicación, el conflicto y el desarrollo. *Oikema, Revista de la Facultad de Ciencias Humanas y Artes*, 51-74.
- Apaza, J. A. (2014). La conciencia ecológica en el consumo de productos en la ciudad de Puno – Perú. *Comuni@ccion: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 5(2), 5-12.
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica* (6.ª ed.). Editorial Episteme.
- Berrocal-Gonzalo, S., Redondo-García, M. y Torres-Chico, L. M. (2015). La crisis como espectáculo: el infoentretenimiento en las noticias sobre el rescate bancario de la prensa española de referencia. *Communication & Society*, 28(4), 1-16. <https://doi.org/10.15581/003.28.4.1-16>
- Betancur, F. (2019). Percepción sobre los noticieros que se emiten en la televisión colombiana por parte de estudiantes universitarios de la ciudad de Medellín Colombia. *El Ágora USB*, 19(2), 343-351. <https://doi.org/10.21500/16578031.4387>
- Califano, B. (2015). Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (19), 61-78. <http://dx.doi.org/10.1016/j.rmop.2015.02.001>
- Carabaza, J., Lozano, J., González, J., Pasco, L., Reyes, L., Berumen, A., y Álvarez, P. (2007). Cobertura del medio ambiente en la televisión mexicana. *Comunicación y Sociedad*, (7), 45-76.
- Cervantes-Loredo, M.T. (2015). Educación ambiental en los medios de comunicación. *Ciencia UANL*, 18(74), 16-19.
- Díaz-Nosty, B. (2009). Cambio climático, consenso científico y construcción mediática. Los paradigmas de la comunicación para la sostenibilidad. *Revista Latina de Comunicación Social*, 12(64), 99-119. <https://doi.org/10.4185/10.4185/RLCS-64-2009-808-99-119>
- Fernández, F. (2002). El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación. *Revista de Ciencias Sociales*, 2(96), 35-53.
- González-Alcaraz, L. (2018). La cobertura noticiosa sobre cambio climático en la agenda informativa de Clarín y La Nación. *Global Media Journal*, 15(29), 179-201.
- González-García, C. (2018). Tratamiento periodístico del cambio climático en los diarios peruanos. El Comercio y La República (2013-2017). *Comunicación y medios*, (38), 26-36.
- Hermelin, D. (2007). Los desastres naturales y los medios en Colombia: ¿Información para la prevención? *Gestión y Ambiente*, 10(2), 101-108.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). Mc Graw Hill.
- Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales (IDEAM). (2014). Cambio climático. <http://www.ideam.gov.co/web/atencion-y-participacion-ciudadana/cambio-climatico>

- López, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *XXI Revista de Educación*, (4), 167-179.
- Montero, J. M. (2008). Información ambiental en televisión. <https://relec.es/dosculturas/informacionambientalTVjosemariamontero.pdf>
- Quiñónez, H. (2012). Periodismo Ambiental: un análisis a los medios digitales venezolanos Noticias 24 y Reporte 360. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social 'Disertaciones'*, 5(1), 184-208.
- Rating Colombia. (2022). Records de sintonía en la televisión colombiana. <https://www.ratingcolombia.com/2010/12/cifras-deaudiencia-en-colombia.html>
- Tinto-Arandes, J. A. (2013). El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva. Un ejemplo de aplicación práctica utilizado para conocer las investigaciones realizadas sobre la imagen de marca de España y el efecto país de origen. *Provincia*, (29), 135-173.