



Periodismo ambiental en la prensa digital Latinoamericana

Environmental journalism in the Latin American digital press

Centro Sur.
Social Science Journal
Abril - junio Vol 5 No 2
<http://centrosureditorial.com/index.php/revista>
eISSN: 2600-5743
revistacentrosur@gmail.com
Recepción: 24 de marzo 2020
Aprobación 11 noviembre 2020

1-21

Cindy Mariana Ariza Rodríguez¹
María José Aranzazu Rodríguez²
Cristian García Villalba³

Resumen

El presente trabajo tiene como fin analizar cómo la prensa digital latinoamericana ha abordado los temas ambientales durante agosto, septiembre y octubre de 2019, es una investigación mixta, de tipo descriptivo, con la cual se logró identificar, medir y describir el trabajo de los mismos durante el periodo ya mencionado. Para esto es necesario abordar y conocer el concepto del periodismo ambiental, el cual se caracteriza por ser un periodismo especializado, que brinda información sobre la interacción de las personas con el entorno. El periodismo ambiental exige mayor preparación periodística a la hora de abordar la temática, además, tiene una particularidad, y es que incentiva, conciencia y forma ciudadanos para un bien común.

Palabras clave: Periodismo Ambiental, Periodismo Especializado, Medio Ambiente, Medios de Comunicación Digitales.

1 Master, Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, Girardot, Colombia, Cindy.ariza@uniminuto.edu, <https://orcid.org/0000-0003-0039-0013>

2 Master, Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, Girardot, Colombia, maranzazuro@uniminuto.edu.co, <https://orcid.org/0000-0003-3183-2195>

3 Master, Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, Girardot, Colombia, Cristian.garcia.v@uniminuto.edu, <https://orcid.org/0000-0002-5135-252X>

Abstract

The purpose of this research is to analyze how the Latin American digital press has addressed environmental issues during August, September and October 2019, it is a mixed research, of a descriptive type, with which it was possible to identify, measure and describe their work during the period already mentioned. For this it is necessary to approach and know the concept of environmental journalism, which is characterized by being

specialized journalism, which provides information on the interaction of people with the environment. Environmental journalism requires greater journalistic preparation when it comes to addressing the subject, in addition, it has a particularity, and that is that it encourages, awareness and educates citizens for a common good.

Keywords: Theoretical guidelines, construction of pedagogical activities, intelligence of perception.

Introducción

Actualmente los medios de comunicación digitales son los máximos exponentes de temas ambientales, situación que se volvió prioridad hace muy poco tiempo y que a la vez ha generado en la humanidad esa necesidad de saber y cambiar el estilo de vida en pro de un mejor ambiente; nombrar los acontecimientos ambientales que han sido noticia en el mundo es trivial e interminable, ya que cada vez estos casos van en aumento, además, cada vez que pasa algo al respecto se le da el valor requerido por unos cuantos días, después deja de ser noticia; lo que no se ha tenido en cuenta es que es un tema primordial para la vida de cualquier ser vivo y que aunque deje ser un tema noticiosos sigue siendo un tema fundamental para la sociedad.

Un ejemplo claro de lo mencionado anteriormente es Colombia, debido a que es el país donde más líderes sociales son asesinados por defender sus tierras, creencias y costumbres ancestrales que va ligadas con el medio ambiente, así lo afirma el Global Witness (2019), que desde 2018 lleva realizando un estudio titulado 'los enemigos del Estado'; dicho de otra manera, Colombia ocupa el segundo lugar con 24 líderes ambientales asesinados por año, a él se suman países latinoamericanos como Brasil con 20, Guatemala con 16, México con 14, Honduras con 4, Venezuela con 3 y Chile con 2 (Global Witness, 2019).

Margaret Mead (2020, p.1), antropóloga estadounidense decía que “no tendremos una sociedad si destruimos el medio ambiente” y sí que tiene razón; América Latina ha sido privilegiada al ser el continente con mayor diversidad en el planeta, además, el Banco Interamericano de Desarrollo (2020, p.1) afirma que el continente “alberga algunos de los ecosistemas más primitivos y diversos del mundo”. Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala,

Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela; son los países que conforman el continente latinoamericano, cada uno de ellos cuenta con climas variados, hábitats únicas, especies maravillosas, bosques húmedos tropicales y sabanas, entre otros, permitiendo que Latinoamérica sea ese atractivo turístico por excelencia, sin embargo, también trae consigo desventajas y problemáticas que hacen que el atractivo ecológico se convierta en un reto en cada país.

Teniendo en cuenta la crisis ambiental que se ha evidenciado en la prensa digital, sobre los últimos episodios que tuvieron lugar en países latinoamericanos como Brasil donde se perdieron 2,5 millones de hectáreas (Semana, 2019) o México, por ejemplo, que es el segundo país en el mundo donde se registran alertas por incendios forestales (El informador, 2019) o Chile, un país que se distingue por ser el más contaminado en Suramérica (CNN, 2019). En el resto del mundo se podría mencionar lo sucedido a finales del 2019 en Australia y Florida, EE.UU. entre otros.

Es por ello que en este artículo se busca analizar si el trabajo de los medios de comunicación digitales latinoamericanos está enmarcado al objetivo principal del periodismo ambiental, con el cual se quiere transmitir esa ciudadanía ambiental que a la humanidad le hace falta o no. Se entiende que el periodismo ambiental busca “contar historias que ayuden a las personas a entender mejor cómo es que los seres humanos nos relacionamos con el mundo natural que nos rodea” (Fraser, 2016, p. 7). Los diferentes sucesos ambientales que han desencadenado interés social y los problemas ambientales que más se han evidenciado son bastantes, lo que ha provocado que se desemboquen diferentes fenómenos naturales que han traído cuantiosas pérdidas y de este modo preocupación sobre la labor de la humanidad en cuanto al uso de los recursos naturales. Usar el periodismo como una herramienta constructiva en la sociedad ha permitido que se le dé el valor y el significado al medio ambiente, es por eso que el periodismo ambiental ha estado más presente que nunca. Este surge en la década de 1970, sin embargo, anteriormente no se había escuchado o tratado el tema como lo es ahora. Así las cosas, hablar de periodismo ambiental es hablar de temas medioambientales, ecológicos, es hablar de fauna, flora y todo lo que se relaciona a la naturaleza en general, es por eso por lo que sí resulta ser un proyecto con proyección social en el que se buscó identificar y analizar cómo es el proceso periodístico sobre estos temas y cómo estos influyen en el comportamiento y actuar de la sociedad.

En lo que tiene que ver con el abordaje teórico se toma el tratamiento informativo que se da en los medios de comunicación sobre los temas ambientales, permite que de una u otra manera el receptor se entere de hechos que son desconocidos sobre el tema medioambiental; ya se conoce que el periodismo ambiental es un periodismo especializado, sin embargo, no se debe conformar solo informar sobre un hecho

relevante y dejarlo pasar. En el periodismo ambiental se debe proponer alternativas, soluciones, estrategias o conclusiones sobre el tema o hecho ambiental que está dando a conocer. Fernández & Mancinas (2013) afirman que “es preciso evitar tanto el catastrofismo, como la omisión de información. Siempre que sea posible se debe complementar la alarma con la presentación de posibilidades de intervención y alternativas de solución” (p. 23).

Siempre se ha acostumbrado a la audiencia a que todos los medios dicen es verdad, y, muchas veces esto termina siendo una utopía; la realidad de algunas de las situaciones es que en el periodismo se acostumbró a mencionar lo que a pocos les conviene, omitiendo información; en el caso ambiental, lo que propone Fernández & Mancinas (2013), es evitar el hecho de reducir o aumentar la información y más con un tema de relevancia social. El catastrofismo de la información es según Amores (2007), “un discurso que habla de una catástrofe que el propio discurso impide que se produzca. Lo impide porque estimula conductas precavidas” (p.1), entendido esto, el catastrofismo medioambiental, muchas veces se ha desarrollado, por la necesidad de crear una alarma social, por un hecho verdadero, sin embargo, muchas veces ese catastrofismo sí es necesario para mostrar e informar lo que en realidad está sucediendo.

Por otra parte, al catastrofismo y la omisión de información, se suma lo que Noam Chomsky (2012) denominó las 10 estrategias de manipulación mediática; es importante resaltar este tema, debido a que de u otra manera los medios de comunicación digitales, se ven inmersos en hacer uso de estas. Algunas de las 10 estrategias de manipulación mediática y tal vez las que más se ven a la hora de hablar del periodismo ambiental según Chomsky, podrían ser las siguientes: Los medios de comunicación digitales permiten que la información sea más veraz, sin embargo, la veracidad algunas veces juega un papel en contra de ellos mismos, dado esto se genera distracción y a la vez desinformación. La estrategia de manipulación número 1 se titula, estrategia de la distracción, “La estrategia de la distracción es igualmente indispensable para impedir al público interesarse por los conocimientos esenciales, en el área de la ciencia, la economía, la psicología, la neurobiología y la cibernética” (Chomsky, 2012, p. 1); basado esto el autor explica cómo a través de la distracción se puede generar desinformación y desinterés por un tema, en este caso el medioambiental.

Como se afirmó arriba, el periodismo ambiental sufre un faltante de apoyo económico y patrocinio impidiendo así un interés general por parte no solo de la audiencia sino también de los medios; cuando se presenta la oportunidad de informar sobre temas relacionados al medio ambiente a esto no se les da el mismo valor que una nota política, desde allí ya se ha creado una estrategia de distracción generando desinformación. Otra de las estrategias de distracción, que sin duda hacer parte

fundamental del periodismo ambiental es la número 2, crear problemas y después ofrecer soluciones, conocida también como problema-reacción-solución; para esto Chomsky (2012) expresa que “se crea un problema, una ‘situación’ prevista para causar cierta reacción en el público” (p. 1); basados en esto, el periodismo ambiental debe proponer soluciones, frente a la noticia ambiental que informa, es por eso que el periodismo medioambiental va más allá de solo informar.

En resumen, el catastrofismo y el omitir información siempre se ven presentes en el periodismo en general, sobre el periodismo ambiental, casi siempre las noticias o los trabajos periodísticos son sobre acontecimientos que traen consigo un catastrofismo y que por ende genera sensacionalismo, es por eso que resulta importante hacer que en el periodismo no solo se informe, sino que también se cree soluciones y posibles cambios a lo que se está dando a conocer.

Los medios digitales se han convertido en la herramienta favorita de los seres humanos, esto se da porque permiten el fácil acceso a cualquier información que quieran saber. Los medios digitales son la nueva era del periodismo tradicional. La televisión, la radio y la prensa siguen siendo los medios de comunicación más importantes, sin embargo, los medios digitales han permitido que de manera sencilla y practica las personas se puedan informar. Los medios de comunicación digitales permiten realizar un trabajo periodístico que facilita el acceso a la información y en ese sentido una producción de la misma más interactiva y más práctica para el receptor; en la red se puede actualizar cada minuto la información, se permite ser más veraz y a la vez permite tener una constante periodicidad. Marcet, Murillo & Vizuet (2007), aseguran que “exige necesariamente, si se quiere aportar calidad, una permanente actualización de las tomas informativas. Los textos se van actualizando y nuevos giros informativos complementan o sustituyen a los aportados en tomas anteriores” (p.320). Teniendo en cuenta lo citado, hacer periodismo utilizando los medios de comunicación digitales exige que el trabajo periodístico no se quede quieto, sino que, por el contrario, se renueve y refresque la información ya presentada.

Las infografías, las encuestas, los videos, las caricaturas, los podcasts, entre otros, son herramientas indispensables en el trabajo periodístico realizado en los medios de comunicación digitales, a estas herramientas se les puede dar un uso diferente en los medios tradicionales, “los medios impresos empezaron siendo una réplica con muchas limitaciones del producto en papel y hoy buena parte de sus contenidos siguen siendo la translación a un entorno digital de las noticias y servicios que ofrece el periódico” (Santamaría, 2015, p.93). En Colombia, por ejemplo, medios impresos como El Tiempo, El Espectador y Revista Semana, e ha visto en la necesidad y deber de acoplarse al auge de la Web 2.0. Se ha visto en la necesidad y deber de acoplarse a ella; es así como, actualmente, a través de la web permiten que sus usuarios puedan estar al tanto de los hechos que son noticia.

Ver los medios de comunicación digitales como una herramienta constructiva para el medio ambiente, ha permitido que líderes sociales, activistas, ecologistas y periodistas puedan mostrar la realidad medioambiental del planeta. En cuanto a esto, se puede decir que, aunque los medios de comunicación digitales son una herramienta vital para la promoción del periodismo en general, hay factores que aún se deben evaluar. Uno de ellos, y el que más se ha mencionado en el presente trabajo es la falta de promoción y apoyo que el periodismo ambiental recibe. Usar los medios de comunicación como una herramienta difusiva de temas medioambientales debe evocar no solo en el periodista sino también en los directivos del medio, ese interés por ir más allá del hecho que es noticia, sin embargo, se ha notado como el periodista aborda la situación.

Los medios no contratan periodistas con formación ambiental porque entienden que no se justifica el gasto, pero luego, en los hechos, queda demostrado que sus profesionales ni siquiera cuentan con la “cultura general ambiental básica” que se espera forme parte del acervo de la comunidad (Fernández & Mancinas, 2013, p.144). Para concluir, los medios digitales sí son una herramienta necesaria para visibilizar los temas relacionados al medio ambiente, en general, falta compromiso, por los medios, por los periodistas y por los receptores. Se finaliza citando a Javier Darío Restrepo (2004) expresando que “en efecto, la información –sea cultura, deportiva, económica, política o de cualquier otro carácter- no es propiedad del periodista ni del medio, sino de la sociedad. Es ‘un bien social’”.

Materiales y métodos

El presente estudio de investigación utiliza una metodología mixta, la cual, permite trabajar de una manera más profunda, puesto que permite realizar “una recolección, análisis e interpretación de datos cualitativos y cuantitativos que el investigador haya considerado necesarios para su estudio” (Otero, 2018, p. 19); teniendo en cuenta esto se realizó la investigación. Entendido esto, resultó importante llevar a cabo una investigación mixta, con la que se permitió hacer un análisis cualitativo a la hora de analizar cómo es el trabajo periodístico de la prensa digital latinoamericana en el marco de los sucesos ambientales que se desarrollaron en agosto, septiembre y octubre de 2019, con el fin de delinear el trabajo periodístico de los mismos, así como también se logró finalmente describir el trabajo que se logró analizar; en efecto el método cuantitativo se vio involucrado en la presente investigación puesto que “se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones” (Sampieri, Collado & Baptista, 2004, p. 10).

Ahora, bajo el método cuantitativo se logró medir la frecuencia con la que cada medio publica una noticia medioambiental durante agosto, septiembre y octubre de 2019;

sobre este método Sampieri, Collado & Baptista, (2004) “utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis ... confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento” (p. 10).

El proyecto es de tipo descriptiva porque se describirá, se tendrán en cuenta detalles y particularidades que identifican el tema a tratar, esto con el fin de poder llegar a una conclusión y a un resultado final donde se pueda seguir investigando sobre el tema. Para Cauas (2015) el tipo de investigación descriptiva:

Se dirige fundamentalmente a la descripción de fenómenos sociales o educativos en una circunstancia temporal y especial determinada... en las investigaciones exploratorias no se plantean preguntas que conduzcan a problemas precisos, sino que se exploran áreas problemáticas, en este nivel las preguntas están guiadas por esquemas descriptivos y taxonomías; sus preguntas se enfocan hacia las variables de los sujetos o de la situación (p. 6).

El tipo de investigación descriptivo se caracteriza porque “consiste fundamentalmente en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores” Cauas, 2015, p. 6). De lo anteriormente expuesto, el tipo descriptivo, con el que se abordó la presente investigación, permitió que de manera más profunda se pudiera completar cada logro establecido; puesto que se logró indagar cómo es el tratamiento periodístico que los medios de comunicación digitales en Bolivia, Perú México, Colombia y Argentina, lo que permitió de una u otra forma conocer el panorama de la situación, no solo en temas medioambientales, sino también en el sentido de pertinencia del individuo por el entorno.

Teniendo claro esto y que el número de medios digitales en los países es muy alto, se vio la necesidad de realizar una muestra intencionada la cual se caracteriza porque “exige un cierto conocimiento del universo, su técnica consiste en que es el investigador el que escoge intencionalmente sus unidades de estudio” Gamboa Romero, M. A., Barros Morales, R. L., & Barros Bastidas, C. (2016), (Tapia, 2000, p. 9); dado esto, se escogieron los medios de comunicación digitales de cinco países que fueron seleccionados previamente a través Google Trends. A través de un rastreo tecnológico con la herramienta Google Trends, se logró hallar cuáles fueron los países latinoamericanos que más búsquedas de noticias medioambientales realizaron en Google News, durante agosto, septiembre y octubre de 2019, estos fueron: Bolivia, Perú, México, Colombia, Argentina; teniendo claro esto se realizó la muestra intencional, la cual ya se abordó anteriormente.

Gracias a estos resultados se llevó a cabo la investigación puesto que, los cinco

países ahí representados son con los que se desarrolló la investigación, para esto se utilizaron dos variables, lo señalado en color azul es la variable de ‘Medio Ambiente’ y lo que está en rojo es la variable ‘Cambio Climático’, se decidió hacer el análisis utilizando estos dos conceptos, ya que son los más utilizados por las personas al momento de hablar del tema (ver tabla 1).

Tabla 1:

Países y medios de comunicación digitales con los que se llevó a cabo la investigación

País	Nombre del medio	Tipo de medio	Antigüedad	Presencia en Google News
Bolivia	Los Tiempos	Periódico	1943	Cerca de 5,100,000 resultados
Perú	El Comercio	Diario	1839	Cerca de 227,000 resultados
México	El Universal	Periódico	1916	Cerca de 349,000 resultados
Colombia	Semana	Revista	1946	Cerca de 8,990,000 resultados
Argentina	La Nación	Diario	1870	Cerca de 312,000 resultados

Como ya se ha mencionado anteriormente, la presente investigación es mixta y de tipo descriptiva; es por eso que las técnicas implementadas hacen parte del método cualitativo y cuantitativo. El uso de las técnicas de investigación permite trazar y cumplir los objetivos propuestos para el desarrollo de la misma, es por eso que cada objetivo específico responde a una técnica en particular. Las técnicas en una investigación “constituyen el conjunto de mecanismos, medios o recursos dirigidos a recolectar, conservar, analizar y transmitir los datos de los fenómenos sobre los cuales se investiga” (abril. 2008, p. 3); considerando esto, las técnicas realizadas son: el rastreo de la información, la revisión bibliográfica (fichaje) y la triangulación.

Resultados

Los resultados hallados después de aplicar cada técnica fueron el soporte y la base para, finalmente, responder y abordar la pregunta problema de la presente investigación. Inicialmente la técnica fue el rastreo de información, con la que se realizó un rastreo de medios de comunicación digitales latinoamericanos, en la que a través de una muestra intencional se escogió un medio por país. Teniendo en cuenta el rastreo bibliográfico y la muestra intencional, estos fueron los medios de comunicación digitales por cada país:

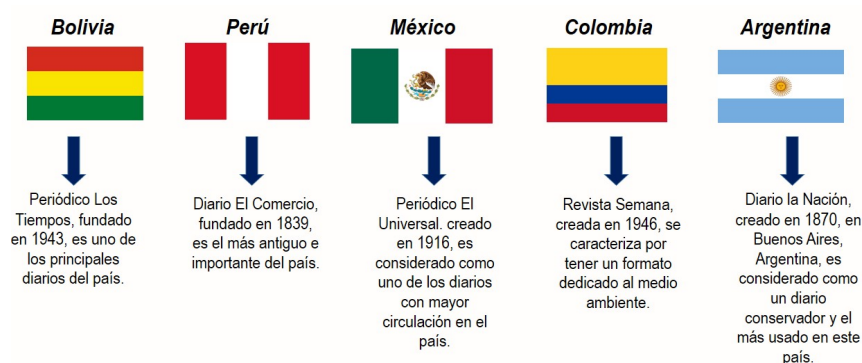


Figura 1: Medios de comunicación digitales por cada país

Seguidamente está el fichaje, del cual se obtuvo como resultado que durante los tres meses se publicaron en total de 538 noticias en los cinco medios de comunicación ya seleccionados.

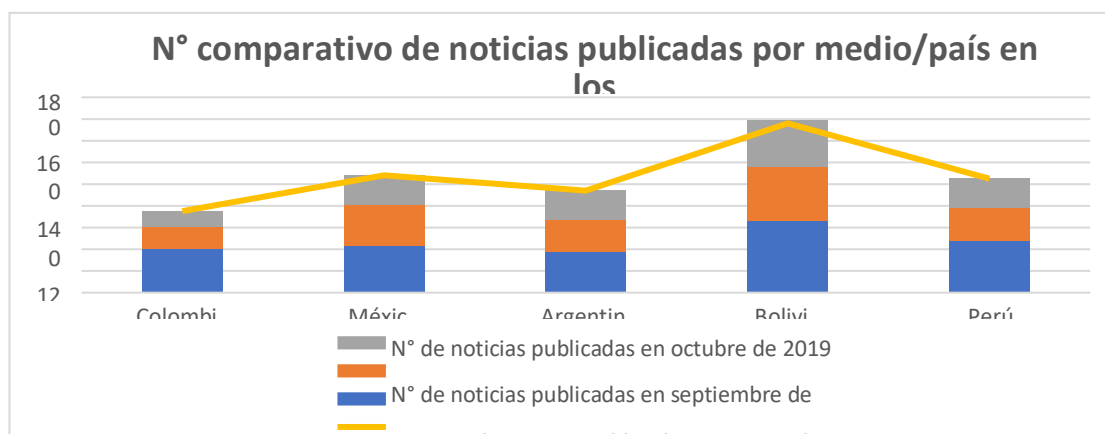


Figura 2: Comparativo número de noticias publicadas por cada medio

En agosto se publicaron 235 noticas, en septiembre 168 y en octubre 141, evidentemente en agosto de 2019 se publicaron más noticias medioambientales puesto que se vivenció el incendio en el Amazonas, suceso ambiental que fue noticia mundial. Por otro lado, Bolivia fue el país que más publicaciones realizó sobre noticias medioambientales, esto se da porque durante ese mismo tiempo el país afrontaba un incendio forestal en el sur del país, suceso que ambiental en el que se perdieron 5,3 millones de hectáreas en la Amazonía boliviana, conocida como Charagua.

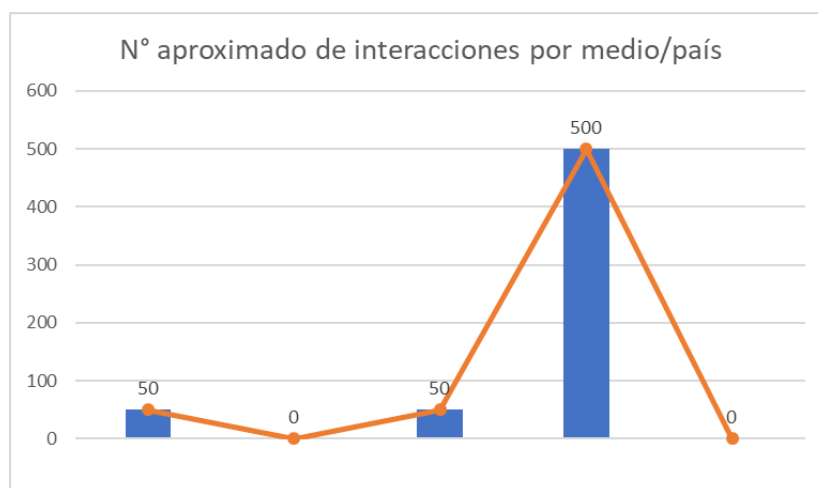


Figura 3: Número aproximado de interacciones

En la presente figura (3) se puede observar un aproximado de las interacciones que se obtienen por cada noticia, no todos los medios tienen la opción de dejar comentarios, si no reacciones, es el caso de El Universal, El Comercio y Los Tiempos, mientras que La Nación tiene la opción de enviar mensajes internos y finalmente Revista Semana, permite dejar comentarios. A continuación, se presenta un listado de temas que se deben tratar en el periodismo ambiental, y los temas que más trataron los medios de comunicación digitales, según Fernández (2003), esos son los temas que normalmente se deben tratar cuando se informa una noticia medioambiental, sin embargo, se puede notar que hay temas como: Suelo, Residuos y energía no son tratados en las noticias publicadas.

Tabla 2: *comparativos temas medioambientales*

Temas medioambientales que se deberían publicar en la prensa según Fernández (2003)	Temas que se están publicando en la prensa Latinoamericana
Agricultura	Agua
Agua	Atmosfera
Atmosfera	Bosques
Bosques	Costas
Costas	Desarrollo Sostenible
Desarrollo Sostenible	Estudios de Impacto Social
Energía	Mares
Estudios de Impacto social	Nuevas Tecnologías
Mares	Organizaciones ecológicas
Nuevas Tecnologías	Problemas Urbanos
Organizaciones Ecológicas	Protección y conservación de la naturaleza
Problemas Urbanos	Transporte
Protección y conservación de la naturaleza	
Residuos	
Suelos	

Finalmente, los géneros periodísticos más utilizados por los medios de comunicación digitales son la noticia y los artículos largos; como ya se ha mencionado anteriormente, el periodismo ambiental se caracteriza por el tratamiento de la información ya que este se conoce cuando hay artículos, crónicas, reportajes, entrevistas, etc.; es por eso por lo que los medios de una u otra forma quieren lograr lo mismo, empero, sus artículos son más que todo de opinión.

Con la triangulación se realizó un análisis de contenido sobre las noticias que se publicaron durante los meses en los que se realizó la investigación así se logró describir el trabajo de los medios de comunicación digitales de cada país. Para iniciar se hizo una pequeña descripción de las características generales de los 5 medios, esto se hace con el fin de hacer un análisis general de cómo es el trabajo de estos con las noticias que se publican.

Tabla 3:

proposiciones teóricas

Proposiciones teóricas					
	Los Tiempos	El Comercio	El Universal	Semana	La Nación
Tema	Es un diario privado que circula a nivel nacional, desde 1996 circula en internet.	Es un diario privado y considerado el más antiguo en la lengua española.	Es un periódico tradicional que tiene gran demanda en internet.	Es una revista privada que circula semanalmente.	Se caracteriza porque es la única fábrica de papel de prensa del país.
Qué habla cada periódico	Los temas principales a tratar están relacionados al país, temas sociales, políticos entre otros.	Es un diario comercial, político y literario.	Información general nacional e internacional.	Los principales temas son políticos, económicos y medioambientales.	Los temas principales a tratar están relacionados al país, temas sociales, políticos entre otros.

Fuente: elaboración propia, 2020.

En esta segunda parte del fichaje se permitió realizar una opinión según el análisis que ya se hizo inicialmente, en el que se da a conocer lo que se ha percibido en cada

medio según el trabajo que realizaron.

Tabla 4:

listado de interpretaciones

Listado de interpretaciones				
Los Tiempos	El Comercio	El Universal	Semana	La Nación
Realiza un buen seguimiento, informa sobre los hechos que son noticia y que de una u otra forma deben ser compartidos en la sociedad.	Es un medio de comunicación digital que no tiene preeminencia por las noticias relacionadas al medio ambiente, sin embargo, informan al respecto.	Por ser uno de los diarios de mayor circulación se caracteriza por informar de todos los temas, entre esos, el medioambiental.	La revista tiene un espacio dedicado al medio ambiente, Semana Sostenible, es un ejemplo claro de lo que es el periodismo ambiental.	Es un diario complejo, a la hora de buscar noticias medioambientales, puesto que constantemente está realizando actualizaciones.

En el subpunto de la determinación de las relaciones empíricas, se compararon aspectos o características que tienen en común los medios de comunicación digitales; analizando de manera general, cómo es el trabajo de estos, que herramientas tecnológicas utilizan, que tan largas son las noticias; en esta etapa del fichaje el análisis de contenido resulta ser más profundo, ya que se analiza cómo es el trabajo que ellos realizan con cada noticia. Es necesario recordar, como ya mencionó anteriormente que el análisis de contenido fue muy básico, debido al flujo de noticias en total es muy alto para analizar una por una.

Tabla 5:

determinación de relaciones empíricas

Determinación de relaciones empíricas				
Los Tiempos	El Comercio	El Universal	Semana	La Nación
Utilizan fuentes oficiales.	Utilizan fuentes oficiales.	Utilizan fuentes oficiales.	Utilizan fuentes oficiales.	Utilizan fuentes oficiales.
No tienen una sección dedicada al medio ambiente.	No tienen una sección dedicada al medio ambiente.	No tienen una sección dedicada al medio ambiente.		No tienen una sección dedicada al medio ambiente.
Se actualizan constantemente.	Se actualizan constantemente.	Se actualizan constantemente.	Se actualizan constantemente.	Se actualizan constantemente.
Utilizan Recursos TIC.	Utilizan Recursos TIC.	Utilizan Recursos TIC.	Utilizan Recursos TIC.	Utilizan Recursos TIC.
Su contenido es de tipo informativo.	Su contenido es de tipo informativo. El estilo de la página digital está saturado de publicidad.	Su contenido es de tipo informativo. El estilo de la página digital está saturado de publicidad.	Su contenido es de tipo informativo.	Su contenido es de tipo informativo. El estilo de la página digital está saturado de publicidad.

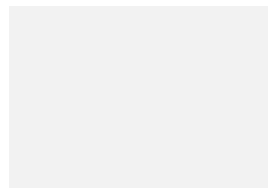
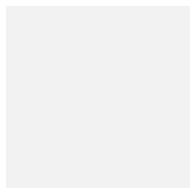
En la siguiente tabla se presentan las diferencias que se encontraron en cada medio, se exponen de manera general.

Tabla 6:

contraste de proposiciones

Contraste de proposiciones				
Los Tiempos	El Comercio	El Universal	Semana	La Nación
Las notas son cortas.	Es un medio completo, sin embargo a la información ambiental es desordenada.	El medio está saturado de publicidad, esto interfiere en la lectura de la nota.	La información está organizada por temáticas ambientales.	Constantemente hace uso de videos, mapas, gráficas, audios, etc.
Utiliza fuentes oficiales extranjeras como EFE, BBC, entre otras.	No hay un espacio para que las personas puedan interactuar después de leer la nota.	Entre párrafos se encuentran más notas relacionadas a la temática.	Presenta al lector recomendaciones o datos curiosos sobre tema.	Presenta artículos largos.
En el buscador de la página no hay un filtro que organice las noticias de	Hay algunas notas que sobrepasan los 30 párrafos .	Resalta dentro del texto la información valiosa.	Sus notas casi siempre cuentan experiencias, por ende, hay entrevistas.	Los párrafos no son extensos.

acuerdo al
tema.



En la última tabla (7) se presenta lo más relevante según el análisis realizado, y es que todos los medios tienen más cosas en común que en lo opuesto, inicialmente se podría determinar que esto es porque son medios de comunicación digitales que simplemente buscan informar y ya, se puede evidenciar como en sus notas hay monotonía periodística, es decir, que publican temas por publicarlos, el formato siempre es mismo, utilizan fuentes oficiales, etc.

Tabla 7:

selección de las mejores interpretaciones

Selección de las mejores interpretaciones

Los Tiempos	El Comercio	El Universal	Semana	La Nación
Sí publican noticias relacionadas a los temas medioambientales.	Sí publican noticias relacionadas a los temas medioambientales.	Sí publican noticias relacionadas a los temas medioambientales.	Sí publican noticias relacionadas a los temas medioambientales.	Sí publican noticias relacionadas a los temas medioambientales.
Hace uso de las herramientas TIC, esto permite que la noticia sea contada y entendida de una manera diferente.	Hace uso de las herramientas TIC, esto permite que la noticia sea contada y entendida de una manera diferente.	Hace uso de las herramientas TIC, esto permite que la noticia sea contada y entendida de una manera diferente.	Hace uso de las herramientas TIC, esto permite que la noticia sea contada y entendida de una manera diferente.	Hace uso de las herramientas TIC, esto permite que la noticia sea contada y entendida de una manera diferente.
Trata temas locales e internacionales	Trata temas locales e internacionales.	Trata temas locales e internacionales	Trata temas locales e internacionales.	Trata temas locales e internacionales.

Utilizan fuentes oficiales.	Utilizan fuentes oficiales.	Utilizan fuentes oficiales.	Utilizan fuentes oficiales.	Utilizan fuentes oficiales.
No hay gran flujo de interacción con este tipo de noticias.	No hay gran flujo de interacción con este tipo de noticias.	No hay gran flujo de interacción con este tipo de noticias.	No hay gran flujo de interacción con este tipo de noticias.	No hay gran flujo de interacción con este tipo de noticias.

Los medios digitales de Bolivia, Perú, México y Argentina no tienen una sección dedicada al medio ambiente. La mayoría de los medios digitales recurren de igual manera al uso de fuentes oficiales extranjeras, lo cual, hace que se publiquen noticias medioambientales relacionadas a los temas, que permite en palabras de Fernández (2003), una denominación normativa de lo que se puede definir como periodismo ambiental que ha tenido consenso entre los profesionales de la comunicación y designan cada una de la formación que se presenta sobre temas que rondan entre se lo ecológico, lo ambiental y verde.

Dentro de los países que se tomaron como objeto de estudio, se resalta Bolivia que es el país que más noticias publicó durante agosto, septiembre y octubre de 2019, frente a temas ambientales, y en contraste el país que menos noticias publicó noticias fue Colombia. Lo anterior, recae entre el interés particular de cada uno de los medios analizados, pues en muchas ocasiones la información ambiental hace parte de las secciones de un periódico o revista dentro de la temática “especiales” o cuando se da un hecho que marca de manera preponderante la agenda de los medios. De ahí que, de los medios de comunicación digitales analizados, es el medio colombiano el que más se acerca a lo que es el periodismo especializado, esto pues porque, si bien, no produce información constante, cuando lo hace profundiza en los temas que se va a exponer.

Es importante mencionar, que, en la actualidad, la mayoría de los medios analizados, no solo por interés, sino porque la modernidad lo exige, utilizan las tecnologías de la información y la comunicación, pues hace parte de la vanguardia informativa. Por otro lado, durante la temporalidad analizada se pudo evidenciar que, los medios sin importar el corte informativo tomaron como noticia importante la propagación del incendio en la Amazonia brasileña en agosto de 2019, no obstante, aunque Bolivia también combatía un incendio forestal, sin embargo, este no tuvo la misma popularidad en los medios de comunicación como fue con Brasil.

En el mundo hay aproximadamente más de dos mil billones de medios de comunicación digitales, sin embargo, la audiencia siempre se centra en los medios

tradicionales de cada país y más cuando la información centra el foco de atención a noticias sobre temas medioambientales.

Conclusiones

En este estudio se establece con el fin de analizar cómo los medios de comunicación digitales de América Latina abordaron y cubrieron el incendio en la Amazonia brasileña en agosto de 2019. Se hizo evidente el poco tratamiento que los medios daban sobre el tema en general, lo cual, permite concluir que, el trabajo de la prensa digital de los medios Los Tiempos, de Bolivia, El Comercio, de Perú, El Universal, de México, Revista Semana, de Colombia y el Diario La Nación, de Argentina, son medios de comunicación digitales que informan a su audiencia sobre los temas medioambientales que son noticia, sin embargo, no responden a la característica más importante del periodismo especializado y es ir más allá.

El periodismo ambiental busca ir más allá de solo informar, pero aun conociendo esto, los medios cumplen con informar, sin ahondar más en el tema; el medio ambiente es un área fundamental en la sociedad, en ella se perciben intereses económicos, políticos e ideológicos, que de una u otra forma permiten la manipulación de la información relacionada al entorno. Con esto claro, el trabajo realizado por los medios analizados permite ver cómo el flujo de la información es alto, y cómo no se administra y se transmite la información de la mejor manera, cada uno de los cinco países tienen problemáticas ambientales que tal vez los mismos ciudadanos desconocen, pero sí se enfocan en informar sobre las problemáticas ambientales de los demás.

Es allí donde el periodismo especializado, marca la diferencia, más allá de informar buscar concienciar y educar sobre una problemática ambiental. Para conocer más allá de lo que se quería lograr se trazaron tres objetivos específicos, el primero fue identificar cuál es el medio de comunicación digital más utilizado en los cinco países de América Latina según su presencia y periodicidad en internet, de este se puede concluir que son muchos los medios de comunicación digitales que hay que en América Latina, la mayoría de ellos son medios tradicionales que han visto la web como la herramienta perfecta de hacer un periodismo práctico, rápido y veraz, no obstante, esto infiere en que el trabajo realizado se realice con profundidad.

Durante el mes de agosto se logró evidenciar como el flujo de la información aumentó no solo en los medios latinoamericanos, sino mundiales, esto se dio debido al incendio del Amazonas, para los medios en ese momento la atención se centraba en la reacción del presidente y de los grupos económicos que se veían perjudicados y no las hectáreas que se perdían día a día. Finalmente, se puede concluir que los medios necesitan un patrocinio y periodistas especializados apasionados por ayudar a solucionar la problemática ambiental que se presenta en cada país, la tarea no termina

en solo publicar la noticia, la tarea del periodista especializado termina cuando ve en la audiencia una actitud y postura que suma a la que se ha presentado. Se concluye diciendo que el periodismo ambiental es la herramienta con la que se puede transformar, rescatar y organizar el entorno, mientras que los medios de comunicación digitales son el camino rápido y veraz por el cual esto puede ser posible; el contenido que cada medio publica es la vitamina y el aliento que cada lector necesita para hacer que su estilo de vida contribuya al medio ambiente.

Referencia

- Amores, J. A. B. (2007). La potencia de la comunidad. Más allá del discurso catastrofista. *Acciones e Investigaciones Sociales*, (24), 131-149.
- Arias, K. & Galván C. (2011). Tratamiento informativo del tema medioambiental en los periódicos: El Colombiano, El Espectador y El Tiempo mediante el análisis de contenido. Bucaramanga: universidad Pontificia Bolivariana. Recuperado de: https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/1684/digital_21170.pdf?sequence=
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2020). El medio ambiente en américa latina y el caribe. Casa publicadora. <https://www.iadb.org/es/natural-disasters/medio-ambiente>
- Cauas, D. (2015). Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación. Bogotá: biblioteca electrónica de la universidad Nacional de Colombia, 2.
- Chomsky, N. (2012). Las 10 estrategias de manipulación mediática.
- CNN. (5 de marzo de 2019). Las ciudades sudamericanas más contaminadas: 6 chilenas lideran la lista. CCN. Recuperado de: <https://cnnespanol.cnn.com/2019/03/05/las-ciudades-sudamericanas-mas-contaminadas-6-chilenas-lideran-la-lista/#0>
- El Tiempo. (21 de enero de 1991). Medios y medio ambiente. El Tiempo. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-12836>
- Fernández del Moral, J. y Esteve, F. (1996). *Fundamentos de la Información Periodística Especializada*. Madrid: Síntesis.
- Fernández, J. (1995). *Periodismo Ambiental en España*. MOPTMA. Madrid
- Fernández, J. (2001). Comunicación y servicio público (Una aproximación interdisciplinar). *Revista de estudios políticos*, (114), 169-196.
- Fernández, R, & Mancinas, R. (2013). Medios de comunicación y cambio climático. *Actas de las Jornadas Internacionales*. Sevilla: Fénix Editora. Recuperado de: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/30820/ActasJornadasMediosdeComunicacion.pdf;jsessionid=0AD39BF3EA6A68B8F74B51B3C7313F8F?sequence=>

-
- Fernández, R. (2003). En torno al debate sobre la definición del periodismo ambiental. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 9-10, 143-151.
- Fernández, R. (2004). Periodismo ambiental y periodismo sostenible. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (11-12).
- Fraser, B. (2016). *Guía ¿qué es y cómo hacer periodismo ambiental*. Lima, Perú: Tarea Asociación Gráfica Educativa.
- Gamboa Romero, M. A., Barros Morales, R. L., & Barros Bastidas, C. (2016). La agresividad infantil, aprendizaje y autorregulación en escolares primarios. *LUZ*, 15(1), 105-114. Recuperado a partir de <https://luz.uho.edu.cu/index.php/luz/article/view/743>
- Global Witness. (2018-2019). *¿Enemigos del Estado? De cómo los gobiernos y las empresas silencian a las personas defensoras*. Casa Editora. <https://www.globalwitness.org/en/campaigns/environmental-activists/enemigos-del-estado/>
- Google Trends. (2020). Recuperado de: <https://trends.google.es/trends/?geo=ES>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1996). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: McGraw Hill.
- El Comercio. (2020). Página principal. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/>
- Semana Sostenible. (2020). Página principal. Recuperado de: <https://sostenibilidad.semana.com/>
- El Universal. (2020). Página principal. Recuperado de: <https://www.eluniversal.com.mx/>
- Internet Live. (2020). Página principal. Recuperado de: <https://www.internetlivestats.com/watch/websites/>
- La Nación. (2020). Página principal. Recuperado de: <https://www.lanacion.com.ar/>
<https://www.lostiempos.com/>
- Jiménez, A. G. (2008). *Aproximaciones al periodismo digital* (Vol. 13). Librería-Editorial Dykinson.
- Jiménez, B. E. (2001). *La contaminación ambiental en México*. Editorial Limusa.
- Marcet, J., Murillo, F. & Vizueté, J. (2007). Elementos definitorios del periodismo digital. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 13, 317-336
- Mead, M. (2020). Recuperado de: <https://www.c-sgroup.com/-/media/files/literature/spanish-catalogs/esp-environmental.ashx>
- Otero, O. (2018). *Enfoques de investigación*. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/alfredo_oteroortega/publication/326905435_enfoques_de_investigacion_tabla_de_contenido_contenido/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/enfoques-de-investigacion-tabla-de-contenido-contenido.pdf

-
- Restrepo, J. (2004): El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística, México: Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano.
- Rodríguez, R. (2004). Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- Santamaria, D. (2005). Medios digitales: donde la juventud tiene la iniciativa. Revista de estudios de juventud, (68), 91-103.
- Semana. S. (4 de septiembre de 2019). La Amazonia perdió 2,5 millones de hectáreas en solo un mes. Semana. Recuperado de: <https://sostenibilidad.semana.com/impacto/articulo/incendio-en-la-amazonia-alcanzo-25-millones-de-hectareas-en-agosto/46636>
- Tapia, M. A. (2000). Metodología de la investigación. publicación en línea] Santiago.
- UNESCO. (1983). Código Internacional de Ética Periodística. Paris. UNESCO