

X Congreso de Administración del Centro de la República. VI Congreso de Ciencias Económicas del Centro de la República. VII Encuentro Internacional de Administración del Centro de la República. Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales | Escuela de Ciencias Económicas | Secretaría de Internacionalización UNVM, Villa María, 2021.

Agenda verde para una comunicación responsable.

González Fuentes, Rocío y Cavagliato, Laura.

Cita:

González Fuentes, Rocío y Cavagliato, Laura (2021). *Agenda verde para una comunicación responsable. X Congreso de Administración del Centro de la República. VI Congreso de Ciencias Económicas del Centro de la República. VII Encuentro Internacional de Administración del Centro de la República. Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales | Escuela de Ciencias Económicas | Secretaría de Internacionalización UNVM, Villa María.*

Dirección estable:

<https://www.aacademica.org/xcongresodeadministraciondelcentrodelarepublica/139>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/enkY/gvQ>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.

Para ver una copia de esta licencia, visite

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

VI CONGRESO DE CIENCIAS ECONÓMICAS

X CONGRESO DE ADMINISTRACIÓN

VII ENCUENTRO INTERNACIONAL DE ADMINISTRACIÓN DEL CENTRO DE
LA REPÚBLICA

“Las Ciencias Económicas ante los nuevos escenarios. Desafíos para el desarrollo y
oportunidades para innovar”

Villa María, 13, 14 y 15 de octubre de 2021

Área temática: APORTES DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS COSTOS, DEL
CAPITAL INTELECTUAL Y DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Título: Agenda verde para una comunicación responsable

Autoras:

González Fuentes, Rocío. Autora y Expositora: IAP de Ciencias Sociales / /
Universidad Nacional de Villa María / rgfuentes95@gmail.com / Arturo Jauretche
1555, Villa María

Cavagliato, Laura. Autora y Expositora: IAP de Ciencias Sociales / Universidad
Nacional de Villa María / lauracavagliato@yahoo.com.ar / Arturo Jauretche 1555, Villa
María

Palabras clave: comunicación – ambiente – responsabilidad

INTRODUCCIÓN

El periodismo de investigación es un servicio público que, como tal, no puede ser ajeno al tratamiento de la temática ambiental por ser ésta de directa incumbencia para la calidad de vida de nuestras sociedades.

La investigación periodística, al cumplir una función social, tiene la responsabilidad de realizar una cobertura sobre las noticias ambientales y actuar como el cuarto poder que vela o debería velar por legitimar los derechos de los ciudadanos, uno de los cuales es el cuidado del ambiente, para que todos podamos habitar en un ambiente sano como expresa el artículo 41 de la Constitución Nacional Argentina.

Como primera etapa de una investigación que será situada en un territorio, el presente trabajo tiene como objetivo principal indagar si existe una categoría ambiental y si se brinda un tratamiento especializado desde el punto de vista ambiental a las noticias que tienen una directa relación con el cuidado o los impactos en el medio ambiente, en un conjunto de medios gráficos con presencia digital de mayor lectura en Iberoamérica. Se espera que esta etapa exploratoria sirva de referencia para la elaboración de un sondeo similar en los medios gráficos con presencia digital de la ciudad de Villa María, Córdoba.

La investigación se enmarca en un trabajo final de grado de la Licenciatura en Comunicación y en el Proyecto de Investigación “Sostenibilidad Ambiental y Universidad”, del IAP de Ciencias Sociales de la UNVM y pretende brindar un aporte novedoso al abordaje de la noticia destacando los aspectos ambientales que atraviesan los hechos. Cuenta con una mirada latinoamericana y que también incluye a España, y esto debido a que el proyecto de investigación adopta entre sus referentes a nivel macro trabajos de sostenibilidad impulsados por universidades que trabajan en redes en toda la región de Iberoamérica.

En lo que respecta a los Objetivos de Desarrollo Sostenible acordados internacionalmente, esta propuesta aporta al cumplimiento de los ODS 13 y 16 y, específicamente, a las metas 13.3 “Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto de la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana” y 16.10 “Garantizar el

acceso público a la información y proteger las libertades fundamentales, de conformidad con las leyes nacionales y los acuerdos internacionales”.

METODOLOGÍA

La metodología utilizada es de tipo cualitativo y su diseño es de tipo investigación-acción participativa, ya que a lo largo de las instancias de recolección de datos se busca generar una vinculación con los medios y públicos, lo que se espera contribuya a generar una visibilización y sensibilización entre sus actores sobre la categoría ambiental.

La investigación comprende 1) un eje teórico, que establece definiciones a considerar y descripción de las problemáticas planteadas; 2) un análisis del marco normativo vigente que involucra el rol de los medios de comunicación en relación con el tratamiento de los temas ambientales y 3) recolección de datos a través de mapeos de medios y relevamiento de secciones o categorías de noticias (una primera fase presentada aquí sobre el panorama internacional y, una segunda, que incluirá entrevistas en profundidad a referentes para analizar la realidad de los medios de Villa María, Córdoba)

MARCO REFERENCIAL

Agenda verde y periodismo ambiental

El **ambiente** es una intersección entre organismos vivos y el ámbito geográfico en que éstos se desarrollan, y en la que el **hombre** es protagonista (Federovisky, 2011). Este autor hace hincapié, desde este concepto, en que no se puede hablar de “cuidar el medio ambiente” como si se tratara de algo ajeno y exterior. De allí la importancia de que los seres humanos y sus instituciones estemos comprometidos con este cuidado “desde adentro”, como protagonistas, poniendo lo ambiental en agenda.

Tal como señala la autora María Clara Valencia en su libro, Guía periodística: Agenda Verde (2015), “El periodismo de investigación es un servicio público que cumple una función social. Su proceso debe acatar esa filosofía a la hora de abordar

todos los temas y uno de ellos, decisivo para la sostenibilidad del planeta, es el ambiental”.

Dicho libro introduce el término “agenda verde”, que “nace desde la preocupación por el presente y el futuro del planeta”; es un periodismo de investigación que a su vez cumple con una función ambiental, pero también y sobre todo, social.

“La *agenda verde* es una guía para periodistas y comunicadores que quieren salvar al mundo. Porque se vale soñar con que podemos detener la destrucción que avanza y de la que todos somos responsables”, afirma Valencia.

La introducción del término “Agenda Verde” resulta indispensable a la hora de hablar de un periodismo que busca abocarse a lo ambiental, manteniéndolo en agenda, tomando en cuenta la existencia de un marco jurídico que avala dicho accionar.

Los medios de comunicación son actores fundamentales para la mitigación del Cambio Climático y parte de su responsabilidad social pasa por informar a la población lo que esté sucediendo con él, desde todos los ángulos.

Cómo los medios den el tratamiento a un tema va a determinar opiniones y perspectivas, por lo que es clave la precaución a la hora de divulgar temas que pueden implicar riesgos e incertidumbres como los ambientales. En este sentido, Herte de Moraes, Beling Loose y Tourinho Girardi (2014) definen al periodismo ambiental como algo que supera el mero tratamiento periodístico de temas de contenido ambiental, sino que se trata de una destreza basada en la comprensión del periodista de que “su práctica profesional está pautada en la defensa de la vida en todas sus manifestaciones, en la perspectiva de la construcción de un mundo sostenible para todos sus habitantes”, y que sin ese compromiso con la sostenibilidad es considerada simplemente “periodismo sobre medio ambiente” que no aporta al ciudadano elementos para actuar con conocimiento (Herte de Moraes et al., 2014, pp 121-123).

Avances científico vs. desinformación

El cambio climático se ha convertido en uno de los principales retos para nuestra aldea global. Los científicos han alcanzado un notable consenso sobre la magnitud y origen de este proceso, cuyas consecuencias son ya evidentes en

muchos puntos del planeta. Sin embargo, la investigación señala que existe un déficit de información sobre este asunto en los medios de comunicación y que su calidad y eficacia no son siempre las idóneas. (Actas de XXVIII CICOM-Congreso Internacional de Comunicación 2014, p. 2)

Esta afirmación denota la falta de un canal de información masivo que dé cuenta de los avances científicos en relación a los graves problemas ambientales. Implica una gran falta de compromiso por parte de los medios de comunicación y de periodistas, siempre que exista omisión a la hora de informar sobre la temática en cuestión.

“El interés por parte de los medios hacia el medio ambiente es cíclico y no corresponde con la importancia del problema, que aparece sólo relacionado con asuntos políticos”, afirman Chapman et al. (1997, citado por De Lara González, 2014, p. 66). Esta cita destaca el hecho de que el interés de los medios de comunicación no está puesto sobre temas ambientales, salvo que éstos estén relacionados a cuestiones políticas o catástrofes, donde sólo se conoce el hecho, sin ir más allá en busca de sus causas o futuros efectos.

Según un estudio realizado por Chapman et al. (1997, citado por De Lara González, 2014), un grupo de científicos manifestó sentirse ciertamente frustrados a la hora de transmitir sus hallazgos, pero que la frustración era aún mayor hacia los medios cuando éstos comunicaban de manera confusa sus descubrimientos.

En contrapartida a esto, un grupo de periodistas consultados en el mismo estudio confesaron falta de interés y apoyo en sus redacciones y editores para informar sobre el Cambio Climático y cuestiones relacionadas al medio ambiente, atribuyendo a la carencia de tiempo y espacio la causa del no abordaje.

Los autores Tankard y Ryan (1974, citado por De Lara González, 2014, p. 67)) señalan “la forma de trabajar de los periodistas como una de las causas del mal entendimiento en torno al fenómeno” refiriéndose a los problemas ambientales.

Entonces, cabe preguntarse: si son los medios formadores de opinión en las sociedades, ¿debería existir un periodismo comprometido con las cuestiones ambientales y que sea capaz de informar de manera veraz y responsable sobre los fenómenos y problemas ambientales?

Si tenemos en cuenta que los medios de comunicación son la fuente principal a través de la cual los públicos se informan sobre el medio ambiente y aspectos relacionados a él como el Cambio Climático, resulta imperioso trasladar los conceptos científicos de forma correcta, a pesar de que sea una tarea compleja y que requiera especialización. Esto puede verse como un gran inconveniente para los medios, tanto para conseguir información adecuada como para incrementar el interés de los públicos. Es por ello que los mensajes periodísticos suelen resultar en un simple compendio de información acrítica, discontinua y descrita como un espectáculo natural más que con consenso científico (Nosti, 2009, citado por Asencio, Raigada y Gaitán Moya, p. 156).

Hechos ambientales en el límite entre la ciencia y la política

Un estudio de Kyung Soo Kim (2011, citado por De Lara González, 2014, p. 68) analiza cómo determinados medios difuminan los límites entre la ciencia y la política, algo que, según el autor, dificulta la comprensión pública de los hallazgos científicos sobre el calentamiento global. Advierte sobre la carencia de explicación para las causas o efectos de determinados hechos, ya que detrás de muchos términos se ocultan complejidades que exigen alto conocimiento y compromiso.

En dicho estudio se pudieron detectar ciertas deficiencias de los medios de comunicación a la hora de informar: la primera es que la información no es sensacionalista, pero en cambio sí es escasa y “poco profunda en la mayoría de los casos”.

Otra de las deficiencias detectadas es que “los medios seleccionan contenidos más ligeros, que no precisan una presentación extensa y detallada” y por último lo que denomina la “insostenibilidad en el tiempo mediático” y es que la cobertura de noticias ambientales está siempre sujeta a otros acontecimientos, sin alcanzar su propio protagonismo.

Cuando un tema es abordado tanto por científicos como por comunicadores, el trato que ambos le otorgan puede ser bien distinto: mientras los científicos siguen un procedimiento razonado y aplican la experimentación, otorgando importancia a la evidencia, los medios persiguen atraer a la audiencia, despertar emociones y sentimientos. La diferencia entre ambos también se manifiesta en la información que manejan: los científicos necesitan datos pormenorizados, mientras que los medios

seleccionan contenidos más ligeros, que no precisan una presentación extensa y detallada.

Los científicos a menudo acusan a los medios de no tener entre sus prioridades ofrecer una información completa y certera sobre los hallazgos científicos, ya que necesitan elementos noticiosos. Es que el concepto de noticia, en las últimas décadas ha alcanzado un valor de **mercancía** que debe venderse y se ha vuelto cada vez más trivial y con el objetivo de entretener, impidiendo la reflexión (León & Baquero, 2010, citado por De Lara González, 2014, p. 68).

La comunicación como un servicio público

Los medios de comunicación son concebidos como un servicio público, en relación a supuestos respecto de los derechos y objetivos que deberían mantener. En este sentido, Mastrini define al servicio público de la siguiente manera:

El servicio público es una actividad considerada de interés general para la comunidad y, como tal, reconocida por el Estado. Dicha actividad no puede abandonarse absolutamente a la actividad privada y las leyes del mercado y por lo tanto el Estado asume la responsabilidad y su control sometiéndolo si fuera necesario a un régimen jurídico especial (Mastrini, 2011, pp. 33, 34)

Con esto señalamos la importancia de informar con responsabilidad y con información de calidad e importancia tanto para la población mundial como dentro de un país, provincia o ciudad.

Por su parte también se concibe a los medios como basados en el derecho a la comunicación, tal como señala el mismo autor: “Se debe revisar la situación de los medios públicos desde la óptica del derecho a la comunicación” (Mastrini, 2011, p. 32).

“No se ha sabido/podido construir un vínculo con la ciudadanía que permita que los medios públicos sean concebidos como una alternativa válida para la difusión de información de calidad, de programas que respondan a la diversidad cultural de nuestros países, y generen ficciones que se vinculen con las identidades presentes en nuestras regiones” (Mastrini, 2011, p. 32).

De esta afirmación surge que la información va más allá de un mensaje y un canal entre un emisor y un receptor, sino que se trata de la necesidad de construir vínculos confiables para los ciudadanos, con calidad y consideración de la diversidad en los públicos.

¿Por qué los medios deberían cubrir noticias ambientales? Una mirada desde el marco jurídico

La investigación periodística, al cumplir una función social, tiene la responsabilidad de realizar una cobertura sobre las noticias ambientales y actuar como el cuarto poder que vela o debería velar por legitimar los derechos de los ciudadanos, uno de los cuales es el cuidado del ambiente, para que todos podamos habitar en un ambiente sano como expresa el artículo 41 de la Constitución Nacional Argentina.

Desde una perspectiva jurídica, el Derecho regula la relación entre los sistemas social y natural para reducir las consecuencias y abusos del accionar humano sobre la naturaleza. Es, junto a la política y la administración ambiental, parte constitutiva de la gestión ambiental, es decir, el conjunto de actividades humanas cuyo objeto es el ordenamiento del ambiente (Brañes, 2001, p. 44).

Existe en la Argentina -al igual que en la mayoría de los países iberoamericanos- un prolífero marco normativo ambiental, incluyendo los tratados internacionales, constituciones nacionales y provinciales, leyes que regulan específicamente la protección y el cuidado ambiental, y son los medios de comunicación los que tienen el poder de contribuir a que esas leyes se cumplan.

Es necesario el conocimiento del derecho que regula el cuidado y preservación del ambiente para, de esta manera, evitar el incumplimiento de nuestras obligaciones como ciudadanos. Conocer el derecho ambiental, además, es relevante por el hecho de que toda actividad humana genera un impacto en el ambiente.

La Constitución Nacional Argentina, en tanto señala:

Artículo 41.- Todos los habitantes gozan del derecho a un ambiente sano, equilibrado, apto para el desarrollo humano y para que las actividades

productivas satisfagan las necesidades presentes sin comprometer las de las generaciones futuras; y tienen el deber de preservarlo.

Artículo 42.- Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo y digno.

En base a los artículos detallados, vale preguntarse, ¿Los ciudadanos saben si ese derecho se cumple? ¿Los ciudadanos tienen un ambiente sano, equilibrado?

Todos los que coexistimos tenemos el deber de protegerlo: civiles, empresas, gobiernos y los medios de comunicación estamos alcanzados por el deber de cumplir la función crucial y específica de velar o contribuir a que ese derecho se cumpla. Una manera de lograrlo es investigando, interpelando, denunciando; cumpliendo, así, con su función social de garantizar y legitimar el derecho a un ambiente sano y equilibrado.

¿Qué es una categoría periodística?

La categoría periodística es una forma de “estandarizar” la información de acuerdo a su naturaleza. Por lo que los hechos policiales quedarán enmarcados dentro de la categoría periodística “policiales” o “judiciales”, las deportivas en “deportes” y así con cada noticia que el medio cubra y publique.

Las categorías periodísticas fueron creadas para estructurar a las noticias en secciones, que sirven para la organización del medio, para el interés del público y en cierta medida también para delimitar la editorial.

La categoría Ambiente, Medio Ambiente o Ambiental puede decirse que es incipiente, dado que la visibilización de los problemas ambientales no sucedió sino en la segunda mitad del siglo XX, y no ha sido desarrollada tan ampliamente como otras, tales como política, sociedad, policiales, judiciales, deportes, cultura, entre otras.

Algunos medios han comenzado a incluirlas dentro de sus rutinas periodísticas, pero se infiere que existen noticias de neto corte ambiental que no son abordadas dentro de una categoría de este tipo.

RESULTADOS

Relevamiento de categoría ambiental en grandes medios digitales

Para la fase inicial de recolección de datos se realizó una selección de medios que incluyó a los países: España, México, Colombia, Brasil y Argentina. La exploración se refiere a la presencia/ausencia de categoría vinculada al medio ambiente, y/o al encuadre que se da dentro de las categorías existentes a noticias con fuerte contenido ambiental.

El avance del consumo de noticias en medios digitales, acentuado durante la última década y particularmente durante la pandemia de COVID-19, motiva que se haya seleccionado como unidad de análisis medios de países iberoamericanos que tienen presencia digital. Esto se basa, además, en la dificultad de acceder a los medios impresos y a que el consumo de éstos ha decaído notablemente durante la pandemia por los confinamientos y dificultades de distribución física, según informe del Instituto Reuters, servicio que avizora una inevitable transformación hacia un futuro completamente digitalizado.

En el caso de Argentina, el uso de medios digitales se advierte más acentuado que en otros países que formaron parte de una encuesta de dicho instituto quien, en abril de 2020, consultó sobre cuáles medios habían sido utilizados como fuente de información durante una semana. La Tabla 1 y la Figura 1 muestran que 90% de la población encuestada en este país afirmó haber utilizado medios digitales para informarse durante la semana previa a la encuesta, incluyendo en esa categoría la presencia de servicios de noticias a través de redes sociales.

Tabla 1: Medios utilizados como fuente informativa durante una semana en abril 2020, por países

País	Online (incl. Redes sociales) en %	TV en %	Redes sociales en %	Radio en %	Prensa escrita (incluye revistas) en %
Reino Unido	79	71	47	35	18
Estados Unidos	73	60	47	21	16
Alemania	69	72	39	41	26
España	83	71	63	24	28
Corea del Sur	85	65	51	14	19
Argentina	90	77	78	24	30

Fuente: Instituto Reuters

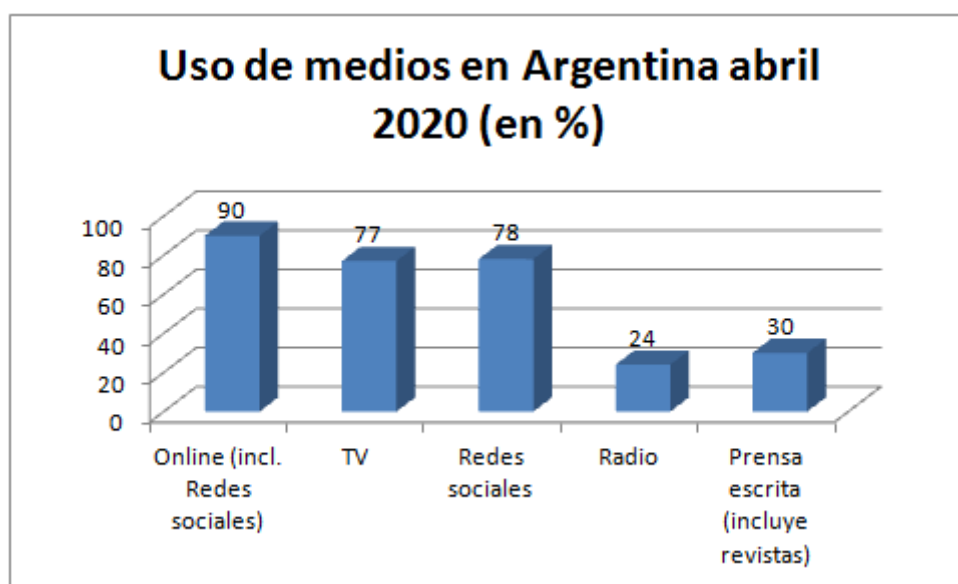


Figura 1: Medios utilizados como fuente informativa durante una semana en abril 2020, en Argentina (Fuente: Instituto Reuters)

Los 5 medios digitales analizados fueron seleccionados dentro de la nómina de los diez medios de mayor lectura en Iberoamérica según la consultora Alexa -el principal de cada país de habla hispana- y los de mayor prestigio y lectura en otros países, de manera de contemplar los 5 países iberoamericanos de mayor población: España, Brasil, México, Colombia y Argentina. Este criterio es adoptado en consonancia con el proyecto de investigación-acción que enmarca al trabajo, el cual recoge antecedentes generados por redes iberoamericanas de universidades. Los medios seleccionados, con sus respectivos países, fueron:

Tabla 2: Medios seleccionados por países iberoamericanos de mayor población y por frecuencia de lectura

Medio	País	Población est. julio 2021
El País	España	47,260,584
O Globo	Brasil	213,445,417
El Universal	México	130,207,371
El Tiempo	Colombia	50,355,650
Clarín	Argentina	45,864,941

Fuentes: CIA-The world factbook; Alexa.com, citado por Rankee.com

Vale señalar que estos medios, al ser digitales, no sólo son consumidos por habitantes de sus respectivos países, sino también de países extranjeros. A modo de ejemplo, en el caso de El País, el 50% de los lectores son de España y la otra mitad principalmente de Latinoamérica. Para el caso de Clarín, sólo el 70% de los lectores que acceden online son argentinos, mientras que el resto son de otros países de Latinoamérica y España, según datos del servicio de sondeo digital Alexa de la compañía Amazon.

Para indagar acerca de la presencia o ausencia de la categoría “Ambiente”, “Medio Ambiente” o alguna denominación afín entre las secciones de los diarios con presencia digital más leídos de los países detallados, tomamos como punto de referencia complementaria, los incendios en la Amazonia, ocurridos en agosto del año 2019.

El fundamento de poner como punto de análisis dicha tragedia ambiental es que, frente al caso de que alguno de los medios detallados no contuviera dentro de sus categorías la de Ambiente, se pudiera observar dentro de qué categoría estaría circunscripto tal hecho de relevancia mundial. La exploración arrojó los siguientes resultados:

El País

El primer medio en ser analizado fue EL PAÍS, de España. Al ingresar al medio en su formato digital, se pueden ver a simple vista sus categorías que en detalle son: Nacional – Opinión – España – Economía – Sociedad – Educación – Medio Ambiente – Ciencia – Tecnología – Cultura y Deportes.

Al ingresar a la categoría “Medio Ambiente” -cuya pestaña de acceso se encuentra visible en la parte central superior de la página, bajo el nombre del medio-, se obtienen nuevos hallazgos, debido a que dentro de la misma se despliegan más

categorías relacionadas al medio ambiente tales como: “Cambio Climático”, “Vida Eco” y “Área de Expertos”.

En este medio, las noticias vinculadas a los incendios en la Amazonia están categorizadas dentro de la mencionada categoría “Medio Ambiente”. Fueron utilizadas en la búsqueda palabras claves tales como Problemas Ambientales, Amazonas, Deforestación, Incendios, Latinoamérica, Espacios Naturales, entre otros de índole ambiental.

El Universal - México

En el caso del medio de mayor tirada y lectura de México, al desplegar el menú de las categorías no aparece ninguna denominada categoría “Ambiente” o afín, es decir que no hay sección alguna para la cobertura directa de noticias ambientales.

Tras realizar la búsqueda de la cobertura periodística de incendios en la Amazonia, estas noticias están circunscriptas bajo las categorías “Mundo” o “Ciencia y salud”.

O Globo - Brasil

En el caso del medio brasileño O Globo, de mayor tirada del país, en el menú principal de las categorías no aparece ninguna categoría Ambiente, ni ninguna que se relacione a ella.

Pero al buscar la noticia de incendios en la Amazonia, aparecen noticias actuales de nuevos focos de incendios en la selva y están categorizadas como “Medio ambiente” e incluso existen otras categorías denominadas “Um só planeta” (un solo planeta). Existe en el medio, además, una categoría denominada “Amazonia”.

El Tiempo - Colombia

Al desplegar el menú de las categorías que contiene el medio, se observan las siguientes: Opinión, Colombia, Bogotá, Internacional, Política, Justicia, Economía, Deportes, Cultura, Tecnología, Vida, Salud, Unidad Investigativa, El tiempo play y se despliega de la solapa “más” las secciones especiales, galerías, podcast, datos del tiempo y motor.

A simple vista no aparece la categoría “Ambiente” o “Medio Ambiente”, pero al desplegar el menú de la categoría “Vida”, aparece la categoría “Medio Ambiente”, donde aparecen cargadas numerosas noticias referentes a los incendios forestales en diferentes países.

Se puede visualizar incluso una sección especial de “Especiales”, donde aparecen noticias ambientales, entre ellas, sobre incendios que aún siguen ocurriendo en la selva Amazónica.

Clarín – Argentina

En una primera exploración de las categorías en el menú principal y subcategorías desplegables, las categorías “Ambiente”, “Medio Ambiente” o afines no aparecen, pero tras buscar noticias ambientales aparecen encuadradas en una categoría “Medio Ambiente”, a la que se accede sólo a través de un buscador interno utilizando alguna palabra clave sobre alguna noticia o bien con las palabras Ambiente o Medio Ambiente.

Al buscar noticias sobre los incendios en la Amazonia, se encontró que las mismas estaban categorizadas dentro de la sección “Mundo”, en tanto que otras noticias sobre incendios vinculadas al Cambio Climático aparecieron en la sección “Sociedad”.

A modo de síntesis, puede afirmarse que, tras la búsqueda de categorías ambientales de noticias, de la mayoría de los medios analizados, el único que en su menú principal visibiliza -y destaca- esa categoría es El País, incluyendo asimismo subcategorías. En los casos de O Globo y Clarín, si bien las categorías existen, no se visualizan en un menú principal, sino a través de búsquedas específicas, en tanto que otras noticias de corte ambiental son incluidas en otras categorías más genéricas de tipo Mundo o Sociedad.

El Tiempo cuenta con una subcategoría a la que se accede desde el menú principal, y también comparte noticias ambientales en otra sección para noticias especiales. El único medio en el que no se hallaron categorías de este tipo fue El Universal, que incluye noticias de tipo ambiental en otras categorías no específicas.

Tabla 3: Presencia de categoría ambiental o afín y abordaje de noticias ambientales en los medios relevados

Medio	Existencia de categoría ambiental específica o afín	La categoría se encuentra visible y fácil de acceder en el sitio	Otras categorías que incluyen noticias ambientales
El País	Sí	Sí	Cambio Climático Vida Eco Área de Expertos
O Globo	Sí	No	Um só planeta Amazonia
Clarín	Sí	No	Sociedad Mundo Latinoamérica
El Universal	No		Mundo Ciencia y Salud
El Tiempo	Sí	Sí	Especiales

Elaboración propia

Si bien es auspicioso que la mayoría de los grandes medios consultados cuenten con una categoría ambiental definida, la investigación amerita un estudio más profundo que ayude a dilucidar si el tratamiento que se da a este tipo de noticias es meramente enunciativo o si existe una posición sentada desde los medios que denote un real compromiso con las causas ambientales que impactan en el planeta y las sociedades.

La existencia de una categoría ambiental es, a los fines del cumplimiento de la función social de los medios del periodismo en tanto servicio público, un requisito mínimo y de iniciación al abordaje de este tipo de noticias. Pero la visibilización de las noticias de corte ambiental debe implicar un análisis profundo y comprometido con la sostenibilidad, que apele al cambio y la solución. Sólo de este modo contribuirá a alcanzar las metas internacionales referidas a mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional para mitigar grandes problemáticas como el cambio climático o la pérdida de diversidad, así como la garantía de protección hacia las libertades individuales.

Durante la fase exploratoria, en tanto, se advirtió que existen noticias que son directamente vinculantes y pertinentes para ser leídas y analizadas en una categoría

ambiental y, sin embargo, no se les da el encasillamiento ni el tratamiento que deberían tener en este sentido.

En resumen, la categoría ambiental es de vital utilidad para la sociedad que consume los medios digitales masivos, siempre que no sea incluida sólo con el fin de conformar a ciertos sectores, sino denotando el compromiso de los medios como organizaciones socialmente responsables cuyos profesionales se encuentren formados para reflexionar y facilitar la acción de la ciudadanía frente a los desafíos ambientales.

CONCLUSIONES

La categoría ambiental, si bien incipiente, se encuentra presente en 4 de los 5 medios iberoamericanos relevados, lo que indica que la temática se encuentra posicionada como una entidad en sí misma, reconocida y delimitada en cuanto a la presentación y el tratamiento de las noticias.

La presencia de estas categorizaciones, en especial cuando se encuentran destacadas y visibles y cuando las noticias poseen un tratamiento y análisis profundo desde lo ambiental, constituyen una manera de incidir y cumplir con parte de la función de servicio público de los medios de comunicación, aportando además al cumplimiento del marco legal para la protección y preservación del ambiente.

Esta aproximación a la realidad internacional facilitará la continuidad de la presente investigación, aplicando los criterios expuestos y profundizando en la realidad de los medios digitales de otros territorios, confirmando la posibilidad de desarrollo de una “agenda verde” que brinde relieve al tratamiento de temas de interés ambiental.

Los medios son claves para la educación ambiental que ayude a la preservación del planeta, por lo cual es fundamental que sus trabajadores y trabajadoras (redactores, periodistas, tomadores de decisiones editoriales) puedan formarse académicamente con un perfil profesional determinado por currículas que involucren el contenido ambiental entre sus especializaciones.

Como ciudadanos argentinos, informarnos a través de periodistas formados y con información fehaciente y de calidad sobre lo que ocurre en el plano ambiental,

debería ser marcado como una prioridad con respaldo constitucional. Prioridad que no todos los medios aún han absorbido dentro de sus rutinas periodísticas.

BIBLIOGRAFÍA

Brailovsky, A.E. (2009). *Esta, nuestra única tierra: Introducción a la ecología y el medio ambiente*. Editorial Maipue. Buenos Aires

Brañes, R. (2000). *Manual del Derecho Ambiental Mexicano*. Fondo de Cultura Económica, México DF.

Federovisky, S. (2011). *Historia del medio ambiente*. Capital Intelectual. Buenos Aires

Herte de Moraes, C., Beling Loose, C. y Tourinho Girardi, I, 2014. Posibilidades del Periodismo Ambiental para el enfrentamiento de los riesgos climáticos. Cap. en *Comunicar el cambio climático: de la agenda global a la representación mediática*, Bienvenido León Ed., 2014. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Salamanca. https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/35962/1/Actas_CICOM%202013.pdf Consultado 1/9/21

Mastrini, G. (2011) Medios Públicos y derecho a la comunicación. Disponible en http://politicasyplanificacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/121/2014/07/medios_publicos.pdf . Consultado 29/8/21

De Lara González, Alicia (2014). Periodistas y científicos opinan sobre el cambio climático en los medios españoles. Cap. en *Comunicar el cambio climático: de la agenda global a la representación mediática*, Bienvenido León Ed., 2014. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Salamanca. https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/35962/1/Actas_CICOM%202013.pdf Consultado 2/11/20

Valencia, M.C. (2015). *Guía periodística agenda verde: una mirada a la problemática del medio ambiente y el cambio climático en las regiones de Colombia* / María Clara Valencia; fotografía y edición Olga Cecilia Guerrero y otros. Opciones Gráficas Editores. Bogotá. Disponible en

<https://consejoderedaccion.org/publicaciones/guia-periodistica-agenda-verde>
Consultado 20/10/20

Normativa

Constitución Nacional Argentina, 1994.

Otros sitios consultados

CIA, The world factbook. <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/>
Consultado 31/8/21

CICOM, 2013. Actas
https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/35962/1/Actas_CICOM%202013.pdf.
Consultado 3/11/20

ONU, Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www1.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html> Consultado 26/8/21

University of Oxford. Reuters Institute. Digital News Report 2020: resumen ejecutivo y hallazgos clave. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report-2020-resumen-ejecutivo-y-hallazgos-clave> Consultado 31/8/21

<https://elpais.com/buscador/> Consultado 30/8/21

<https://es.statista.com/estadisticas/708815/periodicos-de-tirada-diaria-con-mayor-circulacion-estados-unidos/> Consultado 30/8/21

<https://www.eluniversal.com.mx/resultados-busqueda/incendio%20en%20el%20amazonas> Consultado 30/8/21

<https://oglobo.globo.com/> Consultado 30/8/21

<https://www.clarin.com/tema/medio-ambiente.html> Consultado 30/8/21

<https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente> Consultado 31/8/21