

Tratamiento periodístico del cambio climático en los diarios peruanos *El Comercio* y *La República* (2013-2017)

Journalistic treatment of climate change in the Peruvian newspapers El Comercio and La República (2013-2017)

Carlos Gonzales-García

Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú
carlos.gonzales1@unmsm.edu.pe

Resumen

La investigación aborda el comportamiento de dos importantes medios peruanos (*El Comercio* y *La República*) sobre la existencia y posibles causas o consecuencias del cambio climático de los últimos tres años (enero 2014 a marzo 2017). Para tal efecto, tomando como base las perspectivas de la *Agenda-Setting* y la del *Framing*, nos hemos propuesto identificar temáticas y encuadres desde las que son abordadas estas noticias por parte de los periodistas, con el fin de mostrar el modo en que estos impresos refieren dicho fenómeno. De acuerdo con los resultados, no existen diferencias significativas entre uno y otro medio en cuanto a frecuencia de cobertura o espacio. Sin embargo, en todo el periodo de estudio, existe mayor concentración mediática en las expectativas sobre la organización y realización de la cumbre COP 20, celebrada en diciembre de 2014, que en los posibles impactos o consecuencias del fenómeno.

Palabras clave

Cambio climático, Prensa peruana, *Agenda Setting*, *Framing*.

Abstract

The research addresses the behavior of two important Peruvian media (El Comercio and La Republica) on the existence and possible causes or consequences of climate change in the last three years (January 2014 to March 2017). For this purpose, taking as a basis the perspectives of the Agenda-Setting and the framing, we have proposed to identify thematic and framing from which this news is addressed by journalists, in order to show the way in which these printed please this phenomenon According to the results, there are no differences between one and another means in terms of frequency of coverage or space. However, throughout the study period, there is more media concentration on the expectations regarding the organization and implementation of the COP 20 Summit, held in December 2014, than on the possible impacts or consequences of the phenomenon. crime, economy, formal politics and corruption.

Keywords

Climate change, Peruvian press, Agenda-Setting, Framing.

1. Introducción

En el entorno mediático existe una significativa presencia de textos periodísticos y anuncios publicitarios que tratan sobre la existencia del cambio climático. Sin embargo, debido a diversas circunstancias rutinarias que embargan nuestra vida en sociedad, hasta ahora no podemos entender y analizar perfectamente lo que implica este hecho y sus consecuencias con el medio ambiente (Canziani Ferrati & Milano, 2013).

Esta situación ha generado discusiones donde lo emocional predomina sobre lo racional (Roger & Buil, 2014). En Perú, por ejemplo, ya forman parte de la realidad nacional los conflictos sociomedioambientales, donde desde mucho tiempo atrás, actores con intereses distintos, las empresas mineras y las comunidades locales, compiten por recursos que ya de por sí son finitos y asignados (Balvín & López, 2002). Son parte de la representación de un mundo, donde el mercado le otorga, sin la transparencia del caso, valor a los recursos naturales a fin de satisfacer a una sociedad, como la actual, cada vez más urbanizada y consumista (Delgado, 2013), descuidándose así sus posibles impactos ambientales y sociales.

Tomando conciencia de la importancia que merece este problema, la investigación aborda como objeto de estudio, a través de dos importantes medios impresos de referencia en el Perú (*El Comercio* y *La República*), las construcciones y representaciones que emanan en la prensa peruana del conflicto medioambiental, especialmente, en torno a lo que a cambio climático se refiere.

Ante esta realidad causada por el hombre (Ondarza, 2012; Escobar & Flores, 2014), el problema que se ha investigado plantea la siguiente interrogante: ¿Los medios impresos peruanos, con presencia e influencia en el entorno tanto analógico como digital, difunden información que contribuya, por lo menos en sus textos, a elevar la percepción de riesgo y el conocimiento sobre el impacto en las condiciones de vida de la sociedad que supone el cambio climático? De esta forma, queremos efectuar un estudio de la cobertura del problema del cambio climá-

tico con el fin de identificar temas y encuadres (*frames*), derivados de la frecuencia y jerarquía noticiosa que han obtenido en el periodo enero 2014 a marzo 2017. Nuestra hipótesis, que finalmente fue contrastada en este estudio, revela que tanto *El Comercio* y *La República*, prestan atención a temas sobre cambio climático cuando ocurren ciertos fenómenos climáticos o, cuando suceden eventos excepcionales (COP20 Lima 2014 y París 2015), haciéndolos más predominantes, en cuanto a extensión y recursos contextuales, desde encuadres como atribución de responsabilidad y consecuencia económica, más orientados a causas y efectos, que a soluciones efectivas.

En este tipo de hechos, también es importante identificar a los protagonistas de la información, lo cual permite, como sostiene Bennett (1983) la "personalización de las noticias" (en Aruguete & Amadeo, 2012: 180). Sin embargo, de acuerdo con Méndez-Rubio (2008), el riesgo de la creación de historias que se centran en los actores de los hechos, es que los medios de comunicación pueden individualizar el problema y preocuparse más por su dimensión más efectista en cuanto a un funcionario (por ejemplo, el presidente de la República) que incisiva en torno a una circunstancia (el cambio climático). Y esto se deduce de este trabajo, cuando los actores con mayor protagonismo en las noticias sobre cambio climático son los jefes de Estado y sus ministros, los líderes internacionales o los empresarios.

Para el cumplimiento de estos objetivos, hemos realizado un análisis de contenido de textos periodísticos (n= 460) y se identificaron los *frames* en las notas mediante un análisis de ítems siguiendo la propuesta de Smetko & Valkenburg (2000).

2. Marco teórico

2.1. Teoría del encuadre

Los discursos de los textos periodísticos tienen como función comunicativa la de informar a través de enunciados que obedecen a una finalidad

(con qué propósito), vínculo social (emisor-receptor) y contexto (tiempo y lugar), es decir, una palabra, frase o conjunto de frases organizadas con un sentido global (Peralta & Urtasun, 2007).

Tuchman, en su conocida obra *Making News* (1978), planteó por primera vez la noticia como un *frame* o encuadre:

[...] describe la noticia como una ventana cuyo marco delimita la realidad a la que se tiene acceso, limitando la percepción de otra realidad diferente y centrando la atención en ese fragmento específico. Como consecuencia de estos procesos, algunos aspectos de la realidad percibida a través de las noticias serán más prominentes que otros (Ardèvol-Abreu, 2015: 424).

Puesto que la noticia nos da a conocer un hecho probable o consumado, de interés para la sociedad, su estructura informativa exige de un eje central de pensamiento que lo organice para optimizar la accesibilidad de la audiencia (Semetko & Valkenburg, 2000).

La noticia, por tanto, es una construcción textual y visual llevada a cabo alrededor de un eje central de pensamiento, de una determinada perspectiva, construida por un profesional de la información (aunque no sólo por éste) que proporcionará un marco de interpretación para los públicos que se expongan al mensaje. (Ardèvol-Abreu, 2015: 424).

Para Etnman (1993), cuya definición de *frame* es la más utilizada por la comunidad académica (Valera, 2016), *encuadrar* no es otra cosa que seleccionar algunos aspectos de la realidad y hacerlos más destacados de un texto. De esta forma, "el *frame* estimula a la audiencia a realizar asociaciones entre el tema, una definición particular de su relevancia, sus causas, sus implicaciones y un modo de resolución" (Sánchez-Vilela, 2013: 44).

Si bien, originalmente, los medios de comunicación fueron vistos como medios cuyos productos periodísticos "constituyen una herramienta de poder" (Martini, 2000: 25), que llamaban la atención acerca de ciertas cuestiones y así fijar

una agenda. También estos "crean marcos de interpretación de los acontecimientos sociales" (D'Adamo, García-Beaudoux & Freidenberg, 2007: 135) que derivan de las causas y consecuencias relacionadas con los atributos que destacan en sus temas de agenda.

2.2. Prensa y cambio climático

Tel (2014) afirma que el cambio climático está en la lista de los principales desafíos a nivel global en los momentos actuales, lo cual plantea un reto para la sostenibilidad planetaria, en general, y el capitalismo, en particular (Postigo & Young, 2016). De acuerdo con las cifras gubernamentales del Perú, las emergencias por peligros naturales se incrementaron, iniciando el siglo XXI, en más de seis veces, 72% de las cuales fueron de origen climático (Lanegra, 2017). Tomando en cuenta esta base, Toledano y Ardèvol-Abreu (2013) sostiene que todo medio de comunicación debe desempeñar una función social al servicio de su público objetivo. Esta labor, afirma, es especialmente importante ante determinados acontecimientos de gran impacto social, como las catástrofes y las crisis humanitarias.

Sin embargo, investigaciones como las que realizó Hermelin (2007) en Colombia, advierten que en América Latina se ha estudiado muy poco la relación entre sociedad y el tratamiento que hacen los medios de comunicación sobre la existencia y efectos del cambio climático. Por otra parte, al igual de lo que sucede en su país de origen, nuestra investigación en el Perú revela que los periódicos nacionales se preocupan más de la exposición de los hechos que de la explicación sobre causas y consecuencias desde la mirada experta de, por ejemplo, los científicos. Explicaciones que cuando aparecen en una publicación, como refiere Hermelin, suelen ser limitadas, o incluso llegan a intercalarse con las de carácter sobrenatural.

Otros estudios, como los de Barrios, Cabrera & Vega-Estarita (2017) demuestran cómo las narrativas periodísticas en portales digitales (noticias y reportajes) sobre gestión de riesgos de desastres en la Región Andina, Centro América

y Cono Sur, además de privilegiar fuentes oficiales y comunicados institucionales, cuentan estos hechos sin análisis ni contexto. La baja calidad informativa de los medios de comunicación impresos y electrónicos demostraría que el denominado 'cuarto poder' no es consciente de la importancia y los efectos del cambio climático, habida cuenta que no presta atención, menos contextualiza y valora a través de fuentes expertas, aquellos temas que bien podrían entrar en el conocimiento de la prevención y gestión de la crisis mediosocioambiental tales como potenciales amenazas, programas de políticas públicas, planes de emergencia, entre otros.

Algunos investigadores como Park (2017) han tratado de explicar a qué se debe este problema que no es ajeno al primer mundo, particularmente en los Estados Unidos, país al que consideran "bastante atrasado" en cuanto a acción colectiva (Gibson, Craig, Harper & Alpert, 2016), lo cual lo hace, en consecuencia, contrario a la producción de noticias de alta calidad sobre el cambio climático.

Es posible que los editores no estén interesados en el cambio climático, dado que a menudo creen que las audiencias tienen problemas con el tema y en su lugar prefieren historias más sensacionales que obtengan calificaciones más altas y la aprobación de los anunciantes (Park, 2017).

Por extraño que parezca, estas cuestiones sobre el *qué* y *cómo* se informa tienen presencia, más que en ámbitos periféricos o eventuales (como suplementos especiales), en las áreas fundamentales del periodismo tradicional como el espacio político, económico y social. Con todo, a diferencia de lo que ocurre en la sección *Sociedad* (entendidos como asuntos de interés social), los dos primeros, que concentran mayor información sobre problemas sociomedioambientales, se caracterizan por ciertas particularidades que pueden limitar las posibilidades de ejercer un periodismo de mejor calidad. Por ejemplo, manejan un número limitado de fuentes, donde los protagonistas fundamentales suelen pertenecer a las élites de dichos ámbitos. Asimismo, como se verá más adelante en el ítem de *Resultados*, son más propensos a la rutinización de su

producción en cuanto a identificar las responsabilidades de sus actores (gobierno, individuo o grupo en algún hecho) o consecuencias que estos pueden generar para una región o país. Por contraste, "lo social", presenta otras condiciones que posibilitarían una mejor cobertura periodística: los protagonistas, en cuanto a fuentes, suelen proceder de cualquier esfera de la sociedad, de cualquier clase o cultura, sus actuaciones pertenecen al ámbito público, privado o íntimo, y mezclarse entre sí, la rutinización en cuanto a la producción de sus mensajes es más complicada.

Estas características hacen de *Sociedad* una gran macroárea donde son posibles todas las actuaciones y todas las actividades, lo que la dota de una gran cantidad de posibilidades informativas, aunque ello implique, a la vez, una menor homogeneidad y una mayor dificultad de estructuración interna (Gallego & Luengo, 2014).

Esta macroárea configuraría contenidos donde las fuentes expertas (como los científicos) y las historias de las víctimas bajo el enfoque de interés humano, podrían incrementar el valor de las noticias medioambientales al promover una preocupación más orientada al desarrollo de planes más vinculados a la prevención y solución de problemas.

3. Marco metodológico

Para conocer los temas y encuadres noticiosos que emplearon los principales diarios impresos, en el tratamiento de la existencia, causas y consecuencias del cambio climático, se ha realizado un análisis de contenido sobre el total de la producción periodística publicada por dos medios limeños que en el Perú son marcadamente diferentes: *El Comercio* (fundado en 1839), conocido como "el decano de la prensa nacional", que es un medio destinado a las clases media alta y alta, y *La República* (creado en 1981), consumido por los sectores más progresistas y de izquierda.

A fin de cumplir con los objetivos de la investigación, se seleccionaron y estudiaron todos los

textos periodísticos que hicieron referencia manifiesta a "Cambio Climático" durante el periodo de estudio que abarca desde el 1 de enero de 2014 hasta el 30 de marzo de 2017. Ello permitió obtener un universo compuesto por 1.077 notas.

Posteriormente, se hizo un trabajo muestral exclusivamente para el estudio de los *frames* o encuadres, en donde se decidió seleccionar de los dos medios, 460 unidades (43% del total). Esta selección correspondió básicamente por su tamaño superior al promedio (310 cm²) lo cual equivale a extensiones que van aproximadamente desde un cuarto a página completa.

Hecha esta selección se procedió a medir la prioridad de las informaciones tomando en cuenta las siguientes variables: frecuencia, espacio y distribución por secciones. Posteriormente, identificamos los *frames* de cada noticia, de acuerdo a la tipología propuesta por Smetko & Valkenburg (2000).

Los datos obtenidos fueron analizados con el apoyo del programa Scientific Program for Social Sciences - SPSS® por su versatilidad para realizar exploración, comparación, diagnóstico y síntesis de datos categóricos y numéricos (Jiménez & Reinoso, 2016).

4. Resultados

4.1. Frecuencia

De un total de 1.077 unidades periodísticas relacionadas a cambio climático, publicadas en la prensa peruana durante tres años, se encontró una media de 1 unidad por día entre los dos medios impresos. La cifra es excesivamente baja en relación al número de notas informativas que puede publicar un medio impreso (40 en promedio, contando solo con el cuerpo A de *El Comercio* y *La República*, con excepción de sus secciones de Deportes y Ocio). Respecto al número de unidades distribuidas por medio, no hay una diferencia significativa entre *El Comercio* (51 %) y *La República* (49 %).

Al observar la distribución de unidades noticiosas por mes/año, existe una distribución normal ($0.853 < 0$). De acuerdo a la tabla de frecuencias, los meses de noviembre y diciembre de 2014 concentraron el 33% de todas las informaciones de ambos medios de comunicación del periodo seleccionado desde el año 2014 hasta el primer trimestre del año 2017. Esto se explica debido a la atención mediática y las expectativas que suscitó la organización y la realización de la Conferencia Internacional sobre Cambio Climático (COP 20) en Lima. Dicha cita reunió a representantes de 195 países, con el fin de evitar la interferencia amenazadora del hombre en el sistema climático.

Si descontamos estos hechos relacionados al evento, los meses donde se registraron los picos más altos de apariciones en prensa fueron en todos los casos, con excepción de 2017, los correspondientes al segundo semestre de cada año cuando el país transita por los periodos de invierno y primavera. Así tenemos en septiembre del año 2014 (7 %) y en diciembre de 2015 (8 %), y en tanto en noviembre 2016 y marzo 2017 la prensa alcanza un 5 % de cobertura dedicada a temáticas medioambientales. Cabe destacar que la diferencia de este último caso fue excepcional, debido a los desastres generados por el Niño Costero, fenómeno climático que se extiende en las costas del Perú y Ecuador, producido por el debilitamiento de las corrientes de aire frías, lo que ocasiona el calentamiento del mar en esa parte del Pacífico sur.

Todas estas unidades en los meses seleccionados suman 172 notas, lo que representa el 16% de la cobertura total.

4.2. Espacio

En cuanto al espacio, la suma de toda la cobertura informativa alcanza un aproximado de 384.907 cm². El tamaño mínimo fue de 6 cm² y el máximo de 1.756 cm². En cuanto a frecuencia, el 80 % de los textos (N = 853) fue menor a 267 cm². Sin embargo, el mayor número de notas alcanzó una moda de 33,36 de cm² (aproximadamente 30 %), lo que se ve reflejado, en los medios estudiados, en la abundancia de notas informativas breves.

Asimismo, encontramos en nuestro estudio que la distribución de los datos es asimétrica positiva ($0 > 1.352$) la mediana (247 cm²) se convierte en la medida de posición más conveniente para describir la tendencia central de la distribución de los datos. Esto nos permite calcular que menos del 50% de los textos alcanzó aproximadamente un cuarto de página.

Particularizando los casos, tenemos una mejor valoración en el tratamiento del espacio en *El Comercio* (N=544, que suman 216.863,70 cm²) que en *La República* (N = 533, que suman de 168.042,87 cm.). En cuanto a datos agrupados en cm², un 30 % (N=161) de textos de *El Comercio* es menor de 100 cm², mientras que en *La República* hallamos la particularidad de dos modas; la primera, consta de 152 notas (29%) menores de 100 cm² y, la segunda, constituida por igual número y porcentaje, que tienen un tamaño de entre 100 y 265 cm².

Si calculamos el espacio de acuerdo a la mediana, debido a que el coeficiente de asimetría de *El Comercio* (1.22) y *La República* (1.39) son mayores que 0, tenemos que no hay diferencias significativas entre ambos medios, pues mientras que en el primer diario (Me= 297 cm²), el 49 % (N= 271) tienen un tamaño que no supera el cuarto de página, encontramos algo similar en cuanto al segundo (Me= 197 cm²) cuando las notas menores a dicho tamaño alcanzan el 50% (N=533).

4.3. Secciones

En el caso de *El Comercio*, predominan géneros variados (de la información a la opinión) fundamentalmente en el cuerpo A (66%) que concentra las secciones de Opinión, Política, Lima, Perú, Economía y Mundo. En segundo orden, le sigue el ahora extinto suplemento *Portafolio Económico* (17%).

Las secciones de *La República* donde se encontraron mayormente ubicadas las unidades informativas fueron en las noticias de *Política* (21 %), *Economía* (15%) y *Sociedad* (11%). A nivel de suplementos, donde más se privilegian los géneros mayores (crónica y reportaje), destaca *Do-*

mingo (10%). Es interesante destacar, el papel de la opinión, que en el estudio obtuvo un 17 % conformado por editoriales, columnas y cartas al director.

4.4. Frames

Los encuadres noticiosos genéricos tipificados por Semetko & Valkenburg (2000), y que este estudio utiliza como referencia, son los de *atribución de responsabilidad*, que trata sobre el trabajo o compromiso de una institución o individuo para resolver o aliviar un asunto; *conflicto*, que se refiere a los desacuerdos que hay entre las distintas posturas de partidos, individuos, grupos o instituciones; *interés humano*, que muestra el lado más emocional de los protagonistas ante un problema que los afecta; *consecuencias económicas*, que alude a las ganancias o pérdidas que genera un hecho en una institución o individuo; y, finalmente, *moralidad*, que contiene algún tipo de prescripción moral o principio religioso.

Los resultados nos revelan que 460 notas periodísticas, que destacan por su tamaño superior a la media de la muestra (310 cm²), están encuadradas en el *frame* de atribución de responsabilidad (52%), lo que sugiere que cuando el periódico integra en su agenda un tema o problema medioambiental, este requiere de una solución inmediata, o que, por lo general, alguna autoridad (líderes internacionales, presidente de la República, ministros, empresarios) o entidad (COP20, Ministerio del Medio Ambiente, Unión Europea, etcétera.) tenga la obligación de poder atenderlo. Le sigue el encuadre de consecuencias, con 19% del total de la muestra, cuyo énfasis está en mostrar las situaciones problemáticas (en sentido negativo) que generan en el país, la vulnerabilidad de un ecosistema, el destrabe de inversiones (que afectan el medioambiente), el desabastecimiento de agua, el desborde de los ríos y la contaminación ambiental, entre otros.

Respecto a los temas políticos o científicos que tratan sobre cambio climático, el encuadre suele ser el de atribución de responsabilidad (coeficiente de contingencia = 0.584; $p = 0.000$). si los temas son sociales o económicos se corres-

ponde más con el encuadre de consecuencias. En cambio, *los frames* de interés humano y moralidad se vinculan más con los asuntos de tipo cultural.

Si analizamos cada caso en particular, tenemos que, en *El Comercio*, se encuadran los textos relacionados con lo político y social-económico, además de los científicos y tecnológicos en atribución de responsabilidad (58%). Lo cultural está más enfocado en moralidad (40%) seguido de cerca por interés humano (30%). Algo parecido ocurre con *La República*, donde los temas políticos se enfatizan más en la atribución (70%), mientras que los asuntos ligados a lo social o económico se enfocan más que en el anterior en las consecuencias (45%). En cuanto a lo cultural, a diferencia del otro diario, hay más peso en el interés humano (50%) que en la moralidad (30%).

5. Discusión

De acuerdo con nuestra hipótesis de trabajo, en el que se elaboró el desarrollo de nuestra investigación, 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 (Kitzberger & Pérez, 2009; González, 2012; 2014).

Efectivamente, diarios como *El Comercio* y *La República*, se encargan de dar cobertura a eventos como la COP20, que están muy lejos de ser una panacea para revertir el cambio climático (Tamames, 2010). Fuera de estas conferencias, muy rara vez, se interesan por brindar más atención al problema en cuanto a políticas de prevención o explicaciones proporcionadas por expertos en la materia, reconocidos por su esfuerzo en hallar soluciones para el desarrollo sustentable (Montané, 2015).

Los resultados expuestos señalan que la falta de información, sostenida y visible en el tiempo, con apoyo de fuentes especializadas, lleva a explicar por qué las personas, con excepción de los profesionales con mayor nivel de educación (como lo demuestra, aunque con limitaciones,

el estudio de Marquina, Caballero, Maicelo & Martínez, 2010), no están bien informadas y con dominio de criterios más independientes para el establecimiento de juicios más racionales, y no solo de tipo alarmista o catastrofista, cuyo origen se remonta al uso de fuentes relacionadas a testigos, supervivientes, bomberos, etcétera. (Gallego & Luengo, 2014). Al contrario, posiblemente ese vacío informativo acabaría por llenarse si creemos en el papel que puede cumplir el entretenimiento fácil y accesible de los medios audiovisuales o digitales, pero anodino en cuanto a que no motivaría acciones más concluyentes (D'Adamo, García Beaudox & Freidenberg, 2007). Por lo pronto, existen experiencias interesantes como *Powering a Nation*, creado por un grupo de estudiantes de la Universidad de Carolina del Norte, que se basan en historias atractivas para que a través de una web difundan conocimientos profundos, historias personalizadas, aplicaciones interactivas y datos visuales sobre el cambio climático (Ruel, 2014). ¿Será la fórmula que se necesita para que el lector se preocupe sobre este tema?

Si otra fuera la perspectiva de los diarios sobre el cambio climático, ya que estos medios gozan todavía de mucha credibilidad en información sociambiental (Boykoff & Yulsman, 2013), se establecerían prioridades informativas sobre la situación actual de especies de animales y plantas, el desarrollo de nuevos mecanismos para la conservación *ex situ* (como el mantenimiento de los componentes de la diversidad biológica fuera de sus hábitats naturales), la vigilancia de los cambios en la diversidad en torno a los ecosistemas, la evaluación de las diferencias ecológicas entre ecosistemas relativamente grandes mínimamente afectados y los fuertemente afectados por el hombre y la divulgación de investigaciones para establecer cómo maneja la población sus bienes, entre otros (Ondarza, 2012).

Dicha mirada es hoy más que necesaria, debido a que nuestro país es altamente vulnerable a los efectos del cambio climático, pues, según cálculos del Ministerio del Ambiente: "5,5 millones de peruanos son vulnerables a las lluvias intensas; 2,6 millones están expuestos a las sequías y 5,6 millones lo están a heladas y friajes" (Lanegra,

2017: 39). De hecho, fenómenos como El Niño, de acuerdo a un estudio publicado en octubre de 2013 por la BBC Mundo, y comentado por *Nature*, se incrementarán debido al calentamiento global (Llosa, 2015). La falta de un desarrollo económico asociado a la equidad social y al equilibrio del medio ambiente, podría acentuar aún más los conflictos sociomedioambientales, en torno a la lucha por el control del agua.

6. Conclusiones

Pese a que el periodismo constituye un foco de atención prioritario, sobre todo cuando se producen catástrofes, todavía no es el medio de comunicación más adecuado para comprender el binomio naturaleza-sociedad debido a su falta de profundidad y frecuencia (Gess, 2011). Eso se evidencia, como asevera Lanegra (2017), en que los peruanos conocemos muy poco del clima, del tiempo y de los eventos climáticos extremos, tampoco sabemos mucho del cambio climático, razón por la cual seguiremos alterando degradando los servicios que nos brindan los ecosistemas naturales (Canziani, Ferrati & Milano, 2013).

Dentro de ese marco, hemos comprobado en nuestro estudio que los medios de comunica-

ción difunden información, excesivamente baja, sobre el cambio climático. Además, estos expresan un divorcio entre la ciencia y la sociedad, al dar mayor visibilidad, frecuencia y espacio privilegiado a actores políticos y organismos gubernamentales que colaboran en el manejo de posibles soluciones de tipo efectistas (encuadre de atribución de responsabilidad), sobre todo cuando se trata de conferencias o encuentros internacionales como la COP20.

Por otro lado, *El Comercio* y *La República*, utilizan el encuadre de consecuencias económicas o sociales, para dar cobertura a noticias alarmistas o de corte simplemente catastrófico, que llevan a desbordar el tratamiento adecuado de la información social que se supone debe ser, en problemas sociomedio-ambientales, más prospectiva que inmediata, más vinculada a causas y soluciones que a efectos. Lo anterior, posiblemente, se deba a que el trabajo periodístico existe en un entorno caracterizado por un pobre contexto cultural y político. A esto se sumaría la inexistencia de asociaciones de periodistas de información ambiental (como las que ostentan algunos países como España) que promuevan el encuentro y el debate entre los hombres de prensa y expertos sobre este tema a fin de que se propongan o desarrollen nuevas ideas para la mejor narración del cambio climático.

Referencias bibliográficas.

- Ardèvol-Abreu, A. (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 423-450.
- Aruguete, N., & Amadeo, B. (2012). Encuadrando el delito: pánico moral en los periódicos argentinos. *América Latina Hoy*, 62.
- Balvín, D. & López, J. L. (2002). *Medio ambiente, minería y sociedad: Una mirada distinta*. Lima: Labor.
- Barrios, M. M., Cabrera, J. A., & Vega-Estarita, L. (2017). El cambio de paradigma en la cobertura informativa de la gestión de riesgo de desastres. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (136), 129-144.

- Boykoff, M. T., & Yulsman, T. (2013). Political economy, media, and climate change: sinews of modern life. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 4(5), 359-371
- Canziani, G., Ferrati, R. & Milano, F. (2013). ¿Por qué nos importa el funcionamiento de los ecosistemas? En: P. Canziani & G. Canziani (Coords.), *Cambio global. La humanidad ante la creación*. Buenos Aires: Lumen.
- D'Adamo, O., Beaudoux, V. G., & Freidenberg, F. (2007). *Medios de comunicación y opinión pública*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana.
- Delgado, G.C. (2013). Cambio climático y megaurbes latinoamericanas. Una revisión desde la ecología política y el metabolismo urbano. En: G.C. Delgado, M. Espina & H. Sejenovich (Coords.), *Crisis socioambiental y cambio climático*. Buenos Aires: Clacso.
- Entman, R. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication* 43, 51-58.
- Escobar, A. & Flores, A. (2014). *Ecología y medio ambiente*. México: McGraw-Hill Education.
- Gallego, J., & Luengo, M. (2014). *Periodismo social*. Madrid: Síntesis.
- Gess, H. (2012). Climate change and the possibility of 'slow journalism'. *Ecquid novi: African journalism studies*, 33(1), 54-65.
- Gibson, T. A., Craig, R. T., Harper, A. C., & Alpert, J. M. (2016). Covering global warming in dubious times: Environmental reporters in the new media ecosystem. *Journalism*, 17(4), 417-434.
- González, L. (2012). El cambio climático en la prensa local. Agenda informativa, valores noticiosos y encuadres periodísticos en dos diarios argentinos. *Razón y palabra*, 17(80).
- González, L. (2014). El framing como legitimación de la política climática: Encuadres del cambio climático en la prensa argentina y brasileña durante las conferencias de Doha y Varsovia. Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social. *Disertaciones*, 7(1).
- Hermelin, D. (2007). Los desastres naturales y los medios en Colombia: ¿información para la prevención? *Gestión y Ambiente*, 10(2), 101-108.
- Jiménez, D. L. & Reinoso, J. (2016). De consumidores a productores: Análisis comparativo de las teorías de la Media Ecology y la Ecología Humana de la Comunicación con base en el fenómeno de crecimiento del consumo y producción de contenidos en Internet en los estudiantes ecuatorianos. *Razón y Palabra*, 20(95), 679-708.
- Kitzberger, P., & Pérez, G. J. (2009). El tratamiento del cambio climático en la prensa latinoamericana. *Diálogo Político*, 26(3), 33-49.
- Lanegra, I. (2017). *¿Qué es el cambio climático? Calentamiento global y sociedad*. Lima: Planeta.
- Llosa, J. (2015). *Cambio climático. Una mirada desde nuestro espacio, nuestras esperanzas, nuestras denuncias y propuestas*. Lima: Fondo Editorial USIL.
- Marquina, P., Caballero, S., Maicelo, G. & Martínez, L. (2010). *Intención de consumo responsable en profesionales de Lima Metropolitana*. Lima: Cengage Learnig y Centrum PUCP.
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma.
- Méndez-Rubio, A. (2008). *Perspectivas sobre comunicación y sociedad*. Valencia: PUV.
- Montané, R. (2015). *Ecología y conservación ambiental*. México: Trillas.
- Ondarza, R. (2012). *Ecología. El hombre y su ambiente*. México: Trillas.

- Park, D. J. (2017). United States news media and climate change in the era of US President Trump. *Integrated environmental assessment and management*, 14(2), 202-204.
- Peralta, D. & Urtasun, M. (2007). *La crónica periodística. Lectura crítica y redacción*. Buenos Aires: La Crujía.
- Postigo, J. & Young, K. (Eds.) (2016). *Naturaleza y sociedad. Perspectivas socio-ecológicas sobre cambios globales en América Latina*. Lima: Desco, IEP e INTE-PUCP.
- Roger, O. & Buil, P. (2014). *Manual de comunicación ambiental. Del greenwashing a la sostenibilidad*. Pamplona: Eunsa.
- Ruel, L. (2014). Involucrar al público en historias sobre el cambio climático y el medio ambiente. El uso de herramientas de comunicación para crear historias profundas, personales, interactivas y visuales. En: B. León (Coord.), *Periodismo, medios de comunicación y cambio climático*. Salamanca: Comunicación Social.
- Sánchez Vilela, R. (2013). Medios de comunicación y cultura: *Frame analysis* para el estudio de la recepción. *Luciérnaga*, (10), 41-54.
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of communication*, 50(2), 93-109.
- Tamames, R. (2011). *El grito de la tierra: biosfera y cambio climático*. Barcelona: RBA.
- Tel, P. S. (2014). La divulgación ambiental frente al cambio climático en la provincia de camagüey, Cuba. *Pensar La Publicidad*, 8(2), 153-165.
- Toledano, S., & Ardèvol-Abreu, A. (2013). Los medios ante las catástrofes y crisis humanitarias: Propuestas para una función social del periodismo. *Comunicación y Sociedad*, 26(3), 190-213.
- Tuchman, G. (1978). *Making News: a study in the construction of reality*. New York: The Free Press.
- Valera, L. (2016). El sesgo mediocéntrico del framing en España: una revisión crítica de la aplicación de la teoría del encuadre en los estudios de comunicación. *Revista de Estudios de Comunicación Zer*, 21(41), 13-31.

Sobre el autor

Carlos Gonzales-García es profesor ordinario de la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Perú). Pertenece al grupo de investigación MediaLab UNMSM. Líneas de investigación: Tecnologías de la información y desarrollo de la investigación académica y científica. Campañas electorales, mensaje político y medios de comunicación.

¿Como citar?

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.