

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

FACULTAD DE LAS CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA DE PERIODISMO

**TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN PARA OPTAR POR
EL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLERATO EN
PERIODISMO**

**Análisis del tratamiento informativo y fotoperiodismo sobre el cambio
climático en los portales digitales Ojo al Clima, Portal de la Investigación
y Semanario Universidad, en el período de tiempo del 2021 al 2024**

Investigadora: María Camila Monge Mora

Tutor: Andrés Ramírez Fernández

San José, Noviembre, 2024

Resumen

Al hablar de cambio climático muchas personas pueden sentir que su conocimiento no es suficiente para unirse a la acción con el fin de generar un cambio positivo en el medio ambiente. La responsabilidad de instruir a la población sobre situaciones que afectan directamente el estilo de vida del ser humano recae en los medios de comunicación y las plataformas de difusión de información. Es por esto que se debe hacer una introspectiva y analizar la manera en la que algunos medios informan a la comunidad, en el caso de este escrito se analizarán los medios de Costa Rica Ojo al Clima, Portal de la Investigación y Semanario Universidad del año 2021 al 2024.

Se abarcará el período de 2021 a 2024 con el objetivo de analizar las variaciones en la cobertura del cambio climático durante y después de la pandemia de COVID-19, un período marcado por una amplia atención mediática sobre este fenómeno. La urgencia de abordar el cambio climático requiere una divulgación adecuada y recursos suficientes para garantizar una información precisa y accesible.

Durante esta investigación se busca analizar el tratamiento informativo de los medios de comunicación en estudio sobre el cambio climático a través de noticias y reportajes acompañados de fotografía periodística en el periodo mencionado. Además, describir los géneros periodísticos utilizados por estos medios, caracterizar la frecuencia de tratamiento del tema, identificar las estrategias empleadas para integrar fotografías en sus publicaciones y analizar la percepción de los consumidores sobre las noticias de cambio climático en dichos portales.

Para abordar los objetivos de la investigación, se utilizaron diversos instrumentos que permitieron una comprensión integral del tratamiento informativo sobre el cambio climático en los medios estudiados. Se realizaron entrevistas a periodistas y a un fotoperiodista para entender los enfoques, géneros periodísticos y estrategias visuales utilizadas en sus reportajes. Además, se aplicó una encuesta a una muestra de la población para evaluar su percepción sobre la cobertura del cambio climático en los medios. Finalmente, se llevó a cabo un análisis de contenido de las publicaciones seleccionadas durante el periodo 2021-2024, con el fin de caracterizar la frecuencia de tratamiento del tema e identificar los géneros periodísticos empleados.

Se puede concluir que dos de los medios estudiados, Ojo al Clima y Portal de la Investigación, se destacan por enfocarse principalmente en el cambio climático, aunque su frecuencia de publicación podría mejorar. Por su parte, Semanario Universidad, aunque no se dedica exclusivamente a estos temas, cuenta con Ojo al Clima como un medio alternativo especializado en la cobertura ambiental. Las entrevistas realizadas resaltaron que los temas más relevantes son aquellos que afectan directamente a la población, destacando el fotoperiodismo como una herramienta clave para generar impacto.

Los resultados de las encuestas confirmaron la necesidad de una mayor claridad en la difusión de la problemática del cambio climático. También se enfatizó la importancia de las imágenes en la atracción y sensibilización del público, pues una buena fotografía puede generar emociones y profundizar el mensaje.

Palabras clave: cambio climático, medios de comunicación, fotoperiodismo, tratamiento informativo.

Summary

When talking about climate change, many people may feel that their knowledge is not sufficient to join the action in order to generate a positive change in the environment. The responsibility of educating the population about situations that directly affect the human lifestyle falls on the media and information dissemination platforms. This is why an introspection must be made and the way in which some media inform the community must be analyzed. In the case of this writing, some of the media of Costa Rica, Ojo al Clima, Portal de la Investigación, and Semanario Universidad from the year 2021 to 2024 will be analyzed.

The period from 2021 to 2024 will be covered with the aim of analyzing the variations in climate change coverage during and after the COVID-19 pandemic, a period marked by extensive media attention on this phenomenon. The urgency of addressing climate change requires adequate outreach and sufficient resources to ensure accurate and accessible information.

During this research, the aim is to analyze the media coverage of climate change through news and reports accompanied by journalistic photography during the mentioned period. Additionally, describe the journalistic genres used by these media, characterize the frequency of topic coverage, identify the strategies employed to integrate photographs into their publications, and analyze consumers' perceptions of climate change news on these portals.

To address the research objectives, various instruments were used that allowed for a comprehensive understanding of the informational treatment of climate change in the studied media. Interviews were conducted with journalists and a photojournalist to understand the

approaches, journalistic genres, and visual strategies used in their reports. Additionally, a survey was conducted with a sample of the population to assess their perception of climate change coverage in the media. Finally, a content analysis was conducted on the selected publications during the period 2021-2024, in order to characterize the frequency of topic coverage and identify the journalistic genres used.

It can be concluded that two of the studied media outlets, Ojo al Clima and Portal de la Investigación, stand out for focusing primarily on climate change, although their publication frequency could improve. For its part, Semanario Universidad, although it does not exclusively focus on these topics, has Ojo al Clima as an alternative medium specialized in environmental coverage. The interviews conducted highlighted that the most relevant topics are those that directly affect the population, emphasizing photojournalism as a key tool for generating impact.

The survey results confirmed the need for greater clarity in the dissemination of climate change issues. The importance of images in attracting and sensitizing the audience was also emphasized, as a good photograph can evoke emotions and deepen the message.

Keywords: climate change, media, photojournalism, news coverage.

Dedicatoria

Con todo mi amor y gratitud, a mi familia, quienes han sido mi pilar a lo largo de este viaje. A mi mamá, que siempre estuvo a mi lado, dándome su apoyo incondicional en los momentos de ansiedad y duda, enseñándome la importancia de la perseverancia y el amor en todo lo que hago. A ti, mamá, por tu paciencia, por escucharme y por ser mi fuerza cuando más la necesitaba.

A mi querido abuelo, que ya no está con nosotros, pero cuyo legado vive en mí. A él le debo el despertar de mi interés por el periodismo, pues fue su dedicación y amor por esta profesión lo que me inspiró a seguir este camino. Aunque no pueda verte, siempre sentiré tu presencia en cada paso que doy, en cada palabra que escribo. Esta tesis también es un homenaje a ti, tito Carlos, quien fue uno de los fundadores del Colegio de Periodistas y dejó una huella imborrable en mi vida y en mi carrera.

Gracias a todos, mami, papi, Mimi y Nacho, por ser mi inspiración y por darme la fuerza para continuar, incluso cuando el camino parecía incierto.

Contenido

1. Introducción	13
1.1 Planteamiento del problema	15
1.2 Justificación	17
1.3 Estado de la cuestión	20
1.3.1 Antecedentes Internacionales	21
1.3.2 Antecedentes Nacionales	24
1.4 Proyecciones	29
2. Marco teórico	32
2.1 Fundamentos teóricos para comprender el cambio climático	32
2.1.1 Teorías del cambio climático	35
2.1.2 El inicio del problema: causas del cambio climático	38
2.1.3 La tierra en transformación: consecuencias del cambio climático	41
2.1.4 La Unión Global: prevenciones al cambio climático	50
2.2 Un análisis teórico de los medios de comunicación	53
2.2.1 Tipos de medios de comunicación	56
2.2.2 Entre la verdad y la narrativa: tratamiento periodístico	59
2.2.3 Estrategias de comunicación	63
2.3 Fundamentos teóricos del fotoperiodismo	66
2.3.1 Visión y verdad: historia del fotoperiodismo	70

	11
2.3.2 El rostro de la noticia: importancia del fotoperiodismo	74
3. Marco metodológico.....	77
3.1 Diseño de investigación.....	78
3.2 Enfoque de la investigación	80
3.2.1 Tipo de investigación.....	82
3.3 Fuentes de información.....	84
3.4 Muestra o población.....	86
3.5 Instrumentos de investigación.....	87
3.5.1 Análisis de Contenido	88
3.5.2 Entrevista.....	90
3.5.3 Encuesta	92
3.6 Cuadro de operacionalización.....	95
4. Análisis de los Resultados.....	98
4.1 Análisis de Contenido	98
4.2 Entrevistas	135
4.3 Encuesta.....	145
5. Conclusiones y recomendaciones.....	171
5.1 Conclusiones específicas	173
5.2 Recomendaciones	180
5.2.1 Recomendaciones a los medios en estudio	181
5.2.2 Recomendaciones a los periodistas que trabajan temas de cambio climático.	184

5.2.3 Recomendaciones a la Universidad Internacional de las Américas (UIA)	185
6. Referencias	187
7. Anexos	204

1. Introducción

En este mundo donde se viven olas de calor mortales, donde se presencia el derretimiento de los glaciares, incendios masivos, pérdida de cultivos a base de agresivos cambios en la temperatura, y más desastres que deterioran la calidad de vida de todo ser vivo en el mundo, se debería de ver todos los días al menos una noticia al respecto de este tema.

Lamentablemente, en la sociedad actual es más atractivo a las masas saber sobre la vida de artistas y famosos, o ver lo último en la moda que leer y concientizarse sobre aspectos ambientales que afectan a toda la población.

Actualmente se ven muertes de personas a base de olas de calor masivas, según un comunicado de las Naciones Unidas (UN) el mes de julio del presente año ligó 14 meses seguidos de temperaturas nunca antes registradas, específicamente el 22 de julio del 2024 se ha registrado como el día más caluroso nunca antes documentado (Naciones Unidas, 2024).

La Organización Meteorológica Mundial (2024) ha publicado los resultados del informe sobre el Estado del Clima en Europa en 2023 (ESOTC 2023) y concluyen que “La mortalidad relacionada con el calor ha aumentado alrededor de un 30% en los últimos 20 años y se calcula que las muertes relacionadas con el calor se han incrementado en el 94% de las regiones europeas observadas”.

El cambio climático no es algo que afecte solo a cierta parte de la población mundial, es un problema que está acabando con la vida de muchos, por lo que la ausencia de este tipo de noticias en el diario vivir es cada vez más preocupante, ya que la difusión de esta información es necesaria para nuestra propia supervivencia.

El propósito de este trabajo es analizar cómo algunos medios de comunicación, en este caso “Semanario Universidad”, “Ojo al Clima” y “Portal de la Investigación”, tratan y difunden temas relacionados al cambio climático, sus consecuencias y formas de prevenir más daños, entre otras cosas. Además, se desea exponer la importancia del fotoperiodismo para la concientización de la población.

Actualmente las consecuencias del cambio climático se han visto reflejadas principalmente en sectores europeos, una noticia de Naciones Unidas (2024) informa que “Cada año mueren en Europa 175.000 personas por causas relacionadas al calor, una cifra que va a aumentar a medida que el planeta se calienta”.

En América ya es cuestión de poco tiempo para que suframos las mismas consecuencias que en Europa, situación que hace vital que los medios de comunicación traten de forma correcta y difundan lo más posible maneras de evitar mayores desastres.

1.1 Planteamiento del problema

La función social dinámica que desempeñan los medios de comunicación en la vida cotidiana contribuye a desarrollar en las personas una característica que crea un panorama de dependencia, tanto en la agenda que los medios establecen como en el papel que adoptan los receptores (Montesinos Condo, 2011, p.1).

La población mundial ha caído en una era tecnológica de la que no se ve una pronta salida, por lo que es importante que no solamente los medios de comunicación transmitan los temas de la forma correcta, sino que también el público sea estricto con la información recibida, para generar una cultura correcta de comunicación.

Actualmente, los medios de comunicación se consideran el poder predominante en el mundo, sin ellos, se podría afirmar que los eventos en curso prácticamente no existirían, ya que no habría forma pronta de saber sobre las guerras, desastres naturales y demás situaciones que ameritan la atención de todos (Gutiérrez et al., 2010, p.4).

Al cumplir con un rol tan importante para la sociedad, analizar que los medios de comunicación estén abarcando temas sensibles, como en el caso de este escrito el cambio climático, de manera correcta, forma parte de la responsabilidad que se tiene como ciudadano.

La organización Naciones Unidas define el cambio climático como las variaciones del clima por causas naturales, pero principalmente a causa de acciones humanas como la quema de combustibles fósiles en primer lugar. Como consecuencia a ello se sufrirá un “aumento de la temperatura media, modificación de los patrones de lluvia, nieve, alza del

nivel del mar, reducción de la superficie cubierta por nieves y glaciares, tormentas y sequías” (Naciones Unidas CEPAL).

Al tratarse de un tema como el cambio climático, debemos comprender que, actualmente, ya hay poblaciones sufriendo muertes a base de esta problemática, por lo que mientras más rápida y efectiva sea la información que se recibe de los medios, mejor será la calidad de vida en un futuro.

La problemática que el presente trabajo busca combatir es la ausencia de noticias diarias sobre temas relacionados al cambio climático, y si abordan de manera correcta o incorrecta las noticias; además, se busca analizar el impacto que tiene el fotoperiodismo en los receptores.

1.2 Justificación

El cambio climático hace referencia a las diversas transformaciones del clima a lo largo del tiempo, las cuales pueden generarse de forma natural por cambios en la actividad solar o la erupción de algún volcán de gran tamaño o, como ha sido en su mayoría en el siglo XIX, debido a acciones de carácter humano como la quema de combustibles fósiles (Naciones Unidas, 2023).

Es importante comprender que la mayor parte de las consecuencias que se sufren hoy en día son a causa del propio ser humano, son respuestas a los años de deterioro al planeta que ha causado la misma raza humana y que, si no se hace algo al respecto, causará la extinción de la misma y otras especies.

Según la organización “Greenpeace” esta problemática está creciendo con una velocidad e intensidad que no ha sido antes vista en la historia de la humanidad, todo debido a la actividad humana. Esta problemática está ocurriendo en todo el mundo y las consecuencias serán catastróficas para el medio ambiente y para las personas (Greenpeace, 2023).

El trabajo busca analizar la forma en la que los medios de comunicación “Semanario Universidad”, “Ojo al Clima” y “Portal de la Investigación” manejan los temas relacionados al cambio climático y, a su vez, la contribución del fotoperiodismo en la cobertura de los mismos, esto con el fin de tomar en cuenta medios de comunicación de alcance nacional cuya cobertura del cambio climático es amplia, investigativa y de interés público.

Se trabajará con un periodo de estudio del 2021 al 2024, con el fin de evidenciar la diferencia en los comportamientos del cambio climático antes y después de la pandemia de COVID, además de tratarse de una línea de tiempo con gran cobertura periodística del tema.

El impacto del trabajo radica en la necesidad de demostrar la manera en la que los tres medios de comunicación que se han tomado como objeto de estudio en este escrito, difunden noticias sobre el impacto que tiene el cambio climático en todos los seres vivos; además de dar a conocer formas de prevenir un mayor deterioro mundial.

Como población es necesario ser conscientes del rol que se debe cumplir para hacer un cambio real y, para esto, se necesita contar con fuentes de información que cubran estos temas de forma apropiada y constante, ya que, de lo contrario, no hay forma de saber por dónde comenzar.

Cada día que pasa las consecuencias del cambio climático son más reales, es de vital importancia que estos temas tengan una buena difusión y que cuenten con los recursos necesarios para informar sobre este tema.

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Analizar el tratamiento periodístico de las noticias y reportajes con fotografía periodística sobre cambio climático en los medios de comunicación “Semanao Universidad”, “Ojo al Clima” y “Portal de la Investigación” en el período de 2021 a 2024.

Objetivos específicos

- Describir los lenguajes de comunicación o géneros periodísticos que utilizan los medios de comunicación “Semanao Universidad”, “Ojo al Clima” y “Portal de la Investigación” en los temas relacionas al cambio climático.
- Caracterizar la frecuencia en la que los medios de comunicación “Semanao Universidad”, “Ojo al Clima” y “Portal de la Investigación” tratan temas relacionados al cambio climático en el período de tiempo del 2021 al 2024.
- Identificar la importancia y estrategias para utilizar fotografías periodísticas en noticias o reportajes de los medios de comunicación “Semanao Universidad”, “Ojo al Clima” y “Portal de la Investigación” relacionados al cambio climático.
- Analizar la percepción del consumidor de noticias de cambio climático en los portales “Semanao Universidad”, “Ojo al Clima” y “Portal de la Investigación” en el período de tiempo del 2021 al 2024.

1.3 Estado de la cuestión

El estado de la cuestión es un proceso que abarca aspectos teóricos, epistemológicos y metodológicos, permitiendo al investigador establecer directrices fundamentales para enfocar su investigación académica (Pérez, 2020).

En consecuencia, se puede definir el estado de la cuestión como un estudio que ofrece una exposición exhaustiva, ordenada, objetiva e imparcial, aunque de manera concisa y clara, de los principales hallazgos en investigaciones sobre un problema o tema en cualquier campo del saber. Su propósito es identificar las vías de investigación que se han explorado hasta ahora y aquellas que podrían investigarse en el futuro. (Zubizarreta, 1986, p. 63, como se citó en Esquivel, 2013)

En el presente apartado se contextualizarán los medios de comunicación que sirven como objeto de estudio en esta investigación, con el fin de conocer el objetivo de cada medio de comunicación y su historia.

1.3.1 Antecedentes Internacionales

El cambio climático es un tema que se ha hablado por mucho tiempo, sin embargo no se le ha dado la importancia a analizar como diversos medios de comunicación han tratado dichos temas, por lo que cabe destacar el trabajo realizado en el año 2023 en la Universidad Nacional de Chimborazo Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, Ecuador, escrito por Diego Barrionuevo Ojeda, titulado “Tratamiento informativo de los temas ambientales en los medios de comunicación impresos de la ciudad de Riobamba, período 1990 – 2000”.

Dicho trabajo tiene como objetivo analizar los géneros, enfoques y estilos periodísticos, sobre temas ambientales y demás categorías para ser analizadas en los medios impresos de los diarios La Prensa, Los Andes y El Espectador, para su ejecución se utilizó tanto la metodología cuantitativa como la cualitativa, utilizando la aplicación matices para interpretar datos, además se realizaron entrevistas a periodistas y expertos en ambiente (Barrionuevo Ojeda, 2023, p.13).

Los medios de comunicación son la principal fuente de información estos días, por lo que la manera en la que aborden los temas puede representar un gran impacto en el público. Actualmente los medios tienen un gran poder en la opinión pública y así mismo en la agenda social y política de cada población, por lo que es importante analizar el abordaje de ciertos temas expuestos al público. (Cárdenas, 2015, como se citó en Belghanou, 2022)

En el 2021 se publicó el escrito titulado “Análisis de las herramientas del ciberperiodismo para comunicar el cambio climático a través del caso de Euskal Irrati Telebista (EITB)” para la Universidad del País Vasco, España, donde se menciona el gran

papel que cumplen los medios de comunicación como difusores de información y “agentes esenciales en la concienciación medioambiental” (Ángela Alonso Jurnet, 2021, p.7).

También se puede mencionar el estudio realizado en el año 2014 en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú, dirigido por Carlos Gonzales García, titulado “Tratamiento periodístico del cambio climático en los diarios peruanos El Comercio y La República (2013-2017)”. Esta investigación se enfoca en el abordaje de dos medios de comunicación peruanos (El Comercio y La República) sobre la existencia, causas o consecuencias del cambio climático durante los años 2014 a 2017.

Para su análisis, se ha utilizado como base la perspectiva de la Agenda-Setting y la del Framing, para así mismo distinguir los temas y encuadres que utilizan los periodistas a la hora de comunicar y explicar este tema. En base a los resultados de la investigación, se determinó que no existe gran diferencia entre la frecuencia de publicaciones de este tema entre un medio de comunicación y otro; no obstante, se identificó que hubo más concentración mediática del tema de la organización y realización de la cumbre COP 20, que ocurrió en diciembre de 2014, que en los impactos o consecuencias del fenómeno. (Gonzales García, 2018, p. 27)

En el trabajo titulado “El discurso político y el tratamiento periodístico del cambio climático en la prensa española durante las Conferencias de las Partes de Naciones Unidas de Copenhague (2009) a Varsovia (2013)” dirigido por Ángela de Rueda Úbeda, se estudia la forma en la que se presentan los discursos sobre el cambio climático en la prensa española; así como en el discurso de los líderes políticos españoles (De Rueda, 2014, p. 14).

Este estudio analiza las cumbres del clima desde la perspectiva política e informativa, sin embargo, para este trabajo tomaremos en cuenta únicamente el análisis informativo, por lo que es importante mencionar que los medios de comunicación que se tomaron en cuenta durante esta tesis fueron: El País, El Mundo, ABC, La Razón y Público, en las cinco cumbres del clima de Naciones Unidas realizadas desde 2009 a 2013. Durante el estudio se analiza la teoría del encuadre o teoría del framing, además se estudian las claves del discurso sobre cambio climático en España. El estudio utiliza un diseño metodológico con el objetivo de comprender la evolución de la cobertura de las cumbres del clima, el tratamiento periodístico y los encuadres del momento en los periódicos o medios de comunicación. (De Rueda, 2014, p. 18)

En este mismo sentido, Collaguazo et al., (2020), en el estudio nombrado “Cambio Climático: tratamiento mediático en televisoras locales” basada en la ciudad de Loja, utiliza una metodología cuali-cuantitativa compuesta por dos etapas, en primer lugar, el análisis de contenido (Framing) de las televisoras locales (1052 ediciones); y, en segundo lugar, se desarrollan entrevistas a profundidad a directivos de las televisoras. Como conclusión del trabajo se determinó la escasa frecuencia de noticias relacionadas al cambio climático en las agendas mediáticas. (Collaguazo et al., 2020, p. 92)

1.3.2 Antecedentes Nacionales

Como parte esencial del presente escrito, a continuación, se hará mención de los antecedentes nacionales que brindan una base histórica e investigativa al trabajo.

En Costa Rica, no existen muchos medios de comunicación enfocados en informar sobre aspectos climáticos, no obstante, se debe mencionar que los medios en estudio, Semanario Universidad, Ojo al Clima y Portal de la Investigación, cuentan con amplia información al respecto.

Semanario Universidad

La Universidad de Costa Rica cuenta con un periódico llamado Semanario Universidad, el cuál fue fundado el 22 de julio de 1967 al convocarse a una asamblea universitaria por parte de Consejo Universitario de la U.C.R.

Durante la asamblea, se discutió el tema de crear un medio de comunicación independiente que permitiera la libertad de expresión hacia lo que pasaba en aquel entonces con los medios de comunicación.

El 27 de octubre de 1969 se aprobó la creación del periódico, idea propuesta por el rector Carlos Monge Alfaro y su primera edición fue publicada el 28 de septiembre de 1970.

Ojo al Clima

El medio de comunicación Ojo al Clima fue fundado en el año 2015 y forma parte del Semanario Universidad, que es un medio de comunicación que pertenece a la Universidad de Costa Rica (UCR, 2015).

Como parte de sus principios se pueden mencionar la protección de la libertad de expresión y de prensa, así como la autonomía editorial, el compromiso con la búsqueda de la verdad y la transmisión de información precisa. Se defiende un periodismo respaldado por la mejor evidencia científica disponible, con el objetivo de democratizar el conocimiento, la escritura se orienta hacia las personas, priorizando la inclusión, la equidad y la justicia. Se fomenta la idea de que las soluciones deben construirse de manera colectiva, por lo que se da espacio a las iniciativas y acciones que surgen en distintos niveles: global, regional, nacional y local.

El objetivo de este medio es compartir al público latinoamericano información de calidad sobre los cambios que experimenta el planeta Tierra en cuanto al clima, informar sobre sus causas, consecuencias y posibles soluciones para erradicar la problemática (UCR, 2015).

Portal de la Investigación

El Portal de la Investigación es un medio de comunicación que es administrado por la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de Costa Rica (UCR), cuyo objetivo es divulgar información noticiosa en forma de entrevistas, noticias, reportajes y demás instrumentos sobre temas relacionados a la ciencia, cultura y sociedad (UCR, 2007).

Este medio de comunicación fue creado el 5 de diciembre del 2007 e inicialmente era “soportado por el gestor de contenidos Joomla. El 17 de mayo del 2016 se lanzó la tercera y última versión hasta la fecha; esta vez en la plataforma Drupal” (Portal de la Investigación, 2007).

En Costa Rica, si bien se han realizado distintas investigaciones acerca del tratamiento periodístico de algunos medios de comunicación, según el conocimiento del autor, no hay como tal acerca del cambio climático. Sin embargo, se puede resaltar la tesis titulada “El tratamiento periodístico de las noticias sobre el Tratado de Libre Comercio entre Centro América, República Dominicana y Estados Unidos, en los diarios Extra y La Nación”, donde el autor José Rayo resalta la pobre cobertura brindada por los medios sobre el tema de investigación (Rayo, 2007, p. 7).

La tesis habla sobre la importancia que tienen los medios de comunicación como promotores de dialogo sociales, al informar sobre temas cívicos que requieren de un involucramiento de la sociedad (Rayo, pág. 8, 2007). El trabajo pretende explicar los métodos o prácticas informativas utilizadas por los diarios Extra y La Nación al informar sobre el Tratado de Libre Comercio entre Centro América, República Dominicana y Estados Unidos (Rayo, 2007, p. 9).

En el 2012, Lázcares Valenciano en su tesis “Los juicios paralelos de la prensa y su afectación sobre el imputado y el juez: Análisis del tratamiento periodístico aplicado por La Nación y Diario Extra al Caso Caja-Fischel, de octubre del 2004 a octubre del 2009” habla sobre lo delicado que es tratar temas de carácter penal, debido al gran impacto social que causa el mal manejo de la información (Lázcares, 2012, p. 1).

El estudio busca transmitir datos en el eje social en temas de política, con el fin de determinar las causas del mal tratamiento periodístico tanto en el marco jurídico como de los periodistas cuando las personas involucradas ocupan algún cargo público relevante (Lázcares, 2012, p. 3).

En la tesis “Tratamiento Periodístico del Periódico La Nación al Tema de Sobrepeso y Obesidad Infantil” Murillo utilizó el análisis documental, el análisis de contenido, la hoja de cotejo y la entrevista en profundidad como instrumentos para recolectar y analizar la información (Murillo, 2012, p. 74).

Este estudio busca demostrar el tratamiento periodístico del Periódico La Nación con temas de sobrepeso infantil, con el fin de evidenciar la falta de interés por parte del medio para informar sobre esta problemática mundial. Al concluir la investigación el autor logró demostrar que el medio de comunicación realizó únicamente dos reportajes acerca del tema en cuestión (Murillo, 2012, p. 1).

También se puede resaltar el escrito nombrado “Análisis de casos: influencia que las narrativas periodísticas digitales tienen en el diálogo mediático y el imaginario social sobre los femicidios en Costa Rica”, publicado este mismo año, que busca investigar de manera profunda las “narrativas mediáticas y el diálogo social en torno a los femicidios en Costa Rica mediante el análisis de la cobertura mediática de los casos de María Luisa Cedeño y María Tacsan” (Urcuyo Lara, C y Álvarez Calvo, M., 2024, p.1).

Dicho trabajo concluyó en que la falta de cobertura simétrica de este tema logra influir en la interacción pública enfocada en la violencia sexual, en lugar de enfocarse como tan en la violencia estructural y formas de evitar los feminicidios.

En la misma dirección, el trabajo realizado por Karla Mora Mora (2023) en la Universidad De Costa Rica, titulado “Análisis comparativo de los discursos periodísticos violentos de femicidio en los diarios la Extra y la Teja en Costa Rica años 2007-2008 y 2017-2018 para un abordaje noticioso con perspectiva de género”, estudia la manera en la que

dichos medios realizan la producción, diseño, construcción y distintos mecanismos para la comprensión lectora (Mora Mora, 2023, p.11).

En su escrito concluye:

Se establece que, a través del proceso de producción textual, existe un menoscabo a la credibilidad de la información que se emite, se verifica una clara manipulación del lenguaje y se detectan fenómenos como el de tergiversación de la información, entre otros. Hay falta de cánones periodísticos y lineamientos éticos en la construcción de la nota cuando se utilizan las redes sociales y sus contenidos, como insumos para diseñarla y estructurarla. (Mora Mora, 2023, p.11)

Tomando en cuenta los resultados del trabajo mencionado anteriormente, se puede evidenciar la gran influencia con la que cuentan los medios de comunicación y la importancia del tipo de abordaje que se le dé a cada tema, principalmente si son temas de problemáticas que afectan a nivel mundial.

1.4 Proyecciones

Este estudio busca generar conciencia acerca de la carencia de información sobre el cambio climático en los medios de comunicación "Semanao Universidad", "Ojo al Clima" y "Portal de la Investigación". A través de un análisis detallado de estos medios, se pretende destacar la insuficiencia de cobertura y la falta de profundidad en la presentación de temas relacionados con el cambio climático.

Este enfoque permitirá identificar vacíos informativos y áreas de mejora, con el objetivo de promover una mayor inclusión de contenidos ambientales en los medios, contribuyendo así a una mejor comprensión y sensibilización pública sobre esta crucial problemática global.

En esa misma línea, se busca comprender las estrategias empleadas por los medios de comunicación "Semanao Universidad", "Ojo al Clima" y "Portal de la Investigación" para difundir información sobre el cambio climático. A través de una evaluación detallada, se identificarán las técnicas y enfoques utilizados por estos medios para presentar datos, generar conciencia y educar al público sobre esta temática crítica.

Se examinará cómo cada medio adapta su contenido, formato y narrativas para captar la atención y fomentar una mayor comprensión del cambio climático, así como la efectividad de estas estrategias en la promoción de un debate informado y la movilización de la opinión pública hacia la acción ambiental.

Además, se analizará la frecuencia con la que los medios de comunicación "Semanao Universidad", "Ojo al Clima" y "Portal de la Investigación" publican notas relacionadas con el cambio climático. Se llevará a cabo un análisis sistemático de la cantidad

y regularidad de las publicaciones de cada medio sobre este tema, para determinar si existe una cobertura continua o esporádica. Este examen permitirá evaluar el compromiso de estos medios con la divulgación de información ambiental y su papel en la sensibilización del público respecto a la crisis climática.

Al entender la frecuencia de las publicaciones, se podrá valorar el nivel de prioridad que cada medio asigna al cambio climático y su influencia en la agenda informativa general.

En consecuencia, se exhibirán los lenguajes de comunicación y géneros periodísticos empleados por los medios de comunicación en estudio. Se evaluará cómo utilizan diferentes estilos narrativos, desde reportajes y artículos de fondo hasta columnas de opinión y entrevistas, para abordar temas relacionados con el cambio climático.

Este examen detallado revelará cómo cada medio adapta su enfoque y lenguaje para transmitir información ambiental, capturar la atención del público y fomentar una mayor comprensión del tema. Al desglosar estos géneros periodísticos y sus características, se obtendrá una visión clara de las estrategias comunicativas utilizadas para informar y educar sobre el cambio climático.

Al mismo tiempo, este análisis pretende destacar la importancia del buen fotoperiodismo en la cobertura del cambio climático por parte de los medios "Semanao Universidad", "Ojo al Clima" y "Portal de la Investigación". Se demostrará cómo una representación visual efectiva puede enriquecer las noticias y reportajes, proporcionando una dimensión más profunda y accesible a la complejidad del cambio climático.

Al destacar casos específicos de fotoperiodismo exitoso y su impacto en la comprensión y sensibilización del público, se argumentará que una fotografía bien ejecutada

no solo ilustra, sino que también amplifica el mensaje ambiental, convirtiéndose en una herramienta crucial para transmitir la urgencia y la magnitud de esta problemática global.

En consecuencia, se demostrará cómo perciben y responden los consumidores ante noticias relacionadas con el cambio climático. A través de encuestas y análisis de la interacción del público con los reportajes y artículos, se evaluará cómo estas noticias afectan la percepción del cambio climático y la disposición de los consumidores para actuar.

Se investigará si la cobertura informativa incide en la conciencia ambiental de la audiencia, cómo influyen los diferentes enfoques y formatos en sus reacciones, y en qué medida las noticias contribuyen a la formación de opiniones y comportamientos en relación con el medio ambiente. Este análisis proporcionará una visión detallada de la efectividad de las estrategias comunicativas y su impacto en el público.

Por último, se proyecta generar una reflexión en la población sobre las causas y las estrategias para prevenir el cambio climático. Al presentar de manera clara y accesible la información recopilada, se busca estimular una mayor conciencia pública sobre los factores que impulsan el cambio climático y las acciones concretas que pueden tomarse para mitigar sus efectos.

Mediante la difusión de datos y recomendaciones prácticas, se pretende motivar a los individuos a adoptar hábitos más sostenibles y a participar en iniciativas de conservación, contribuyendo así a un esfuerzo colectivo para enfrentar esta crisis global. La reflexión promovida por este estudio pretende empoderar a la población para que actúe con mayor responsabilidad ambiental.

2. Marco teórico

En el marco del creciente impacto del cambio climático en la actualidad, resulta crucial examinar cómo se comunica esta problemática en los medios digitales. El marco teórico de esta tesis se construye a partir de conceptos fundamentales en comunicación ambiental y fotoperiodismo, abordando cómo los diferentes enfoques informativos y visuales influyen en la percepción pública y en la generación de conciencia sobre el cambio climático.

Un marco teórico integra tres áreas de conocimiento esenciales relacionadas con el objeto de investigación: primero, los aspectos teóricos, que abarcan las diversas teorías y enfoques existentes; segundo, los aspectos empíricos, que presentan las investigaciones y estudios previos sobre el problema en cuestión; y, tercero, los aspectos metodológicos, que detallan los diseños y estrategias utilizadas en la realización de estas investigaciones. (Cervantes, 2021, p. 56)

2.1 Fundamentos teóricos para comprender el cambio climático

Este análisis introductorio aborda los principios teóricos fundamentales que explican cómo las variaciones en la temperatura global desencadenan una serie de efectos ambientales, sociales y económicos. Al desglosar los conceptos clave, desde los mecanismos físicos que impulsan el calentamiento global hasta las teorías que interpretan sus impactos en distintos ecosistemas y comunidades humanas, se proporciona un marco sólido para entender la complejidad del cambio climático.

El enfoque teórico sienta las bases para una evaluación más profunda de cómo estos fundamentos científicos y académicos se traducen en fenómenos observables y desafíos globales, facilitando así una visión más completa de la crisis climática y las posibles soluciones.

Es de suma importancia para el entendimiento de esta investigación saber que por cambio climático se hace referencia a las modificaciones en la temperatura global del planeta; por su parte, las Naciones Unidas (2023) lo define como:

Los cambios a largo plazo de las temperaturas y los patrones climáticos. Estos cambios pueden ser naturales, debido a variaciones en la actividad solar o erupciones volcánicas grandes. Pero desde el siglo XIX, las actividades humanas han sido el principal motor del cambio climático, debido principalmente a la quema de combustibles fósiles como el carbón, el petróleo y el gas. (Naciones Unidas, 2023)

Este impacto humano sobre el clima se ha manifestado en una serie de efectos adversos que afectan a todo el planeta. La liberación continua de dióxido de carbono (CO₂) y otros gases de efecto invernadero ha provocado un aumento en la temperatura media global, lo que a su vez ha desencadenado el deshielo acelerado de los glaciares y el aumento del nivel del mar (Naciones Unidas, 2023).

De acuerdo con la página web de Manos Unidas, también se puede definir el cambio climático como “la modificación del clima que ha tenido lugar respecto de su historial a escala regional y global”. Este concepto abarca las variaciones en los patrones climáticos que se han producido a lo largo del tiempo, reflejando una desviación del comportamiento climático típico (Manos Unidas, 2023).

Mientras que históricamente muchos de estos cambios han sido atribuibles a factores naturales, como variaciones en la actividad solar o ciclos naturales del clima, en la actualidad el cambio climático está siendo intensamente afectado por actividades humanas. Las acciones como la quema de combustibles fósiles, la deforestación y la industrialización han

exacerbado estos cambios, contribuyendo de manera significativa al calentamiento global y a otras alteraciones climáticas. Por lo tanto, aunque los procesos naturales continúan desempeñando un papel, el impacto humano se ha convertido en un factor crucial en la aceleración y profundización del cambio climático.

El Sistema Nacional de Áreas de Conservación de Costa Rica comparte que la problemática del Cambio Climático (CC) representa uno de los mayores desafíos actuales para nuestro planeta, exigiendo una respuesta urgente por parte de las comunidades humanas. Las alteraciones en los patrones de precipitación, el clima, y el aumento del nivel del mar, entre otros efectos derivados del CC, incrementan las tensiones económicas, políticas y humanitarias, lo que impacta negativamente en el desarrollo humano a nivel global. (Sistema Nacional de Áreas de Conservación de Costa Rica, 2023)

Esta situación es particularmente evidente en los países que dependen de sectores vulnerables al clima, como los bosques, la biodiversidad, los recursos hídricos y el sector agropecuario, los cuales son esenciales para mantener y mejorar las condiciones de vida de sus habitantes (Sistema Nacional de Áreas de Conservación de Costa Rica, 2023).

A partir de lo definido anteriormente se puede comprender que el cambio climático se refiere a las alteraciones a largo plazo en los patrones del clima global y regional, que se manifiestan en variaciones significativas en las temperaturas, las precipitaciones y otros elementos climáticos. Estas modificaciones pueden ser impulsadas por factores naturales, como ciclos solares o erupciones volcánicas, pero en la actualidad están siendo predominantemente aceleradas por actividades humanas.

La quema de combustibles fósiles, la deforestación y la industrialización han elevado las concentraciones de gases de efecto invernadero en la atmósfera, contribuyendo al calentamiento global y a cambios en los patrones meteorológicos, como se ha mencionado anteriormente.

Como resultado, el cambio climático afecta diversos aspectos del entorno, incluyendo el aumento del nivel del mar, la intensificación de fenómenos meteorológicos extremos y alteraciones en los ecosistemas, lo que plantea desafíos significativos para la sostenibilidad ambiental y el bienestar humano.

2.1.1 Teorías del cambio climático

El cambio climático, como fenómeno de alcance global, ha generado debates y controversias dentro de la comunidad científica. Existen diversas opiniones sobre las causas del calentamiento global: algunas posturas atribuyen este proceso a eventos naturales, como las fluctuaciones en la actividad solar, mientras que otras lo relacionan con el aumento de gases de efecto invernadero debido a las actividades industriales. (Salaverry y Botana, 2022, p. 8)

Un grupo reducido de expertos y científicos apoya la Teoría Astronómica, la cual sostiene que la actividad solar, las erupciones volcánicas y el movimiento de las placas tectónicas influyen en el desarrollo y la evolución del cambio climático:

“Los científicos que apoyan la teoría astronómica intermedia sostienen que alrededor de un tercio del calentamiento global del siglo XX se debe al incremento de la energía solar, aunque reconocen que la mayor parte es debida a la actividad humana. Además, entienden que aun cuando la actividad solar no sea considerada el factor dominante

en el CC actual, es importante no despreciar la respuesta del clima a los pequeños cambios de la irradiación solar para distinguir sus impactos de los originados antrópicamente”. (Compagnucci, 2009, como se citó en Salaverry y Botana, 2022)

Lo anteriormente mencionado refleja una postura matizada dentro de la teoría astronómica intermedia sobre el calentamiento global. Según estos científicos, aproximadamente un tercio del calentamiento observado en el siglo XX puede ser atribuido al aumento en la energía solar, lo cual reconoce la influencia del sol en el clima de la Tierra. Sin embargo, también subrayan que la mayor parte del calentamiento global se debe a la actividad humana, especialmente a través de la emisión de gases de efecto invernadero.

Esta perspectiva destaca que, aunque la actividad solar no es el principal factor en el cambio climático actual, es esencial considerar cómo los pequeños cambios en la irradiación solar pueden afectar el clima y cómo estos efectos deben ser diferenciados de los provocados por las actividades humanas. Este enfoque sugiere que una comprensión completa del cambio climático requiere integrar tanto los factores naturales como los antropogénicos, para poder abordar adecuadamente la complejidad del fenómeno.

En otra dirección, otro conjunto de teorías, que se pueden denominar “Teorías de CC antrópico”, se fundamenta en el análisis estadístico de datos combinado con aportaciones de los campos de conocimiento ambiental y meteorológico. Estas teorías cuentan con un amplio respaldo en la comunidad científica, la cual sostiene que para entender el cambio climático no es suficiente con considerar solo los procesos naturales; es necesario también integrar el estudio del funcionamiento de la sociedad y cómo esta utiliza y valora los recursos naturales. (Compagnucci, 2009, como se citó en Salaverry y Botana, 2022)

El aumento de las temperaturas desde mediados del siglo XX tiene sus raíces en el desarrollo industrial ocurrido un siglo antes, particularmente con la introducción de la máquina de vapor alimentada por carbón mineral. La perforación del primer pozo de petróleo en 1859 en Oil Creek, cerca de Titusville, Pensilvania, marcó el inicio del uso generalizado de este nuevo combustible fósil, convirtiéndose en la principal fuente de energía y aumentando así las emisiones de gases de efecto invernadero. A este fenómeno se añade la tala masiva de bosques, la ganadería extensiva, la expansión de los arrozales y el crecimiento de los vertederos de desechos, gases y líquidos, actividades que son consideradas “esenciales” para la economía capitalista y que forman parte de las demandas de la vida moderna. (CMNUCC, 2017 como se citó en Salaverry y Botana, 2022)

En conclusión, las teorías sobre el cambio climático ofrecen una variedad de perspectivas que ayudan a entender la complejidad de este fenómeno global. Desde las explicaciones basadas en factores naturales, como las variaciones en la actividad solar y las erupciones volcánicas, hasta las teorías que destacan el impacto predominante de las actividades humanas, como la quema de combustibles fósiles y la deforestación, cada enfoque aporta elementos valiosos para una comprensión integral del cambio climático.

Mientras que algunos teóricos subrayan el papel de los procesos naturales, otros enfatizan cómo la intervención humana ha acelerado estos cambios. La integración de estas diversas teorías no solo enriquece nuestro conocimiento sobre las causas del cambio climático, sino que también subraya la importancia de una acción coordinada que aborde tanto los factores naturales como los antropogénicos para mitigar los impactos y promover la sostenibilidad ambiental.

2.1.2 El inicio del problema: causas del cambio climático

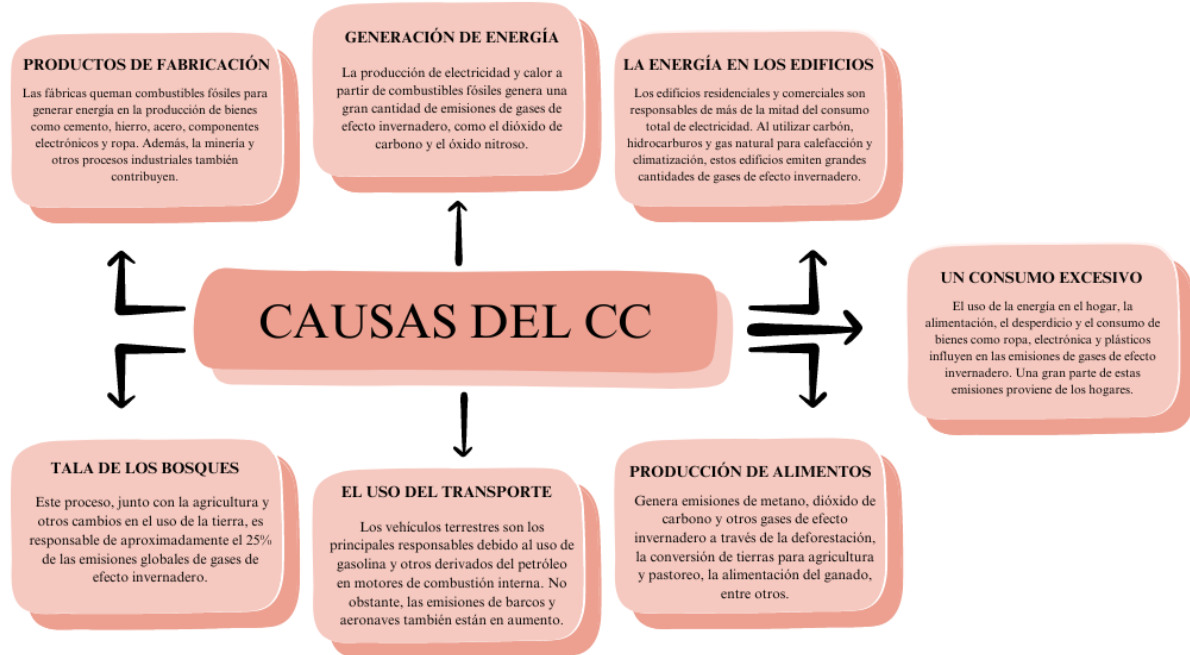
Para abordar el fenómeno del cambio climático, es esencial explorar la complejidad de sus orígenes y el impacto de sus diversos impulsores. Este fenómeno global no solo involucra una serie de procesos naturales y cíclicos, sino que también está profundamente influenciado por las actividades humanas que han transformado los sistemas ambientales de manera significativa.

A medida que examinamos cómo estos elementos interactúan y contribuyen al cambio climático, podemos entender mejor los mecanismos subyacentes que están alterando el equilibrio climático de la Tierra. Este entendimiento es crucial para desarrollar estrategias efectivas que puedan mitigar los efectos adversos y promover un futuro más sostenible.

Las Naciones Unidas establecen como principal contribuyente del cambio climático a los combustibles fósiles, como el carbón, petróleo y gas, ya que representan “más del 75% de las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero y casi el 90 % de todas las emisiones de dióxido de carbono” (Naciones Unidas, 2023).

Es importante resaltar las causas de la problemática, por lo que a continuación se mostrará una figura con aquellos factores mencionados por las Naciones Unidas:

Figura 1. Causas del cambio climático



Fuente: elaboración propia a partir de Naciones Unidas, 2023.

A partir de lo visto anteriormente se puede decir que el cambio climático es impulsado por una combinación de factores naturales y actividades humanas, aunque la influencia humana es el principal motor del calentamiento global en la actualidad. Las causas naturales del cambio climático incluyen variaciones en la actividad solar, erupciones volcánicas y cambios en las órbitas terrestres. Sin embargo, desde la Revolución Industrial, las actividades humanas han intensificado significativamente el problema.

La quema de combustibles fósiles, como el carbón, el petróleo y el gas natural, ha aumentado las concentraciones de gases de efecto invernadero en la atmósfera, como el dióxido

de carbono y el metano, los cuales atrapan el calor y provocan un incremento en las temperaturas globales. Esta actividad industrial no solo contribuye al calentamiento, sino que también afecta a los patrones climáticos al generar grandes cantidades de contaminantes que alteran el equilibrio natural del sistema climático.

Adicionalmente, las prácticas agrícolas y la deforestación juegan un papel crucial en el cambio climático. La expansión de tierras agrícolas y la tala de bosques para la producción de alimentos liberan grandes cantidades de dióxido de carbono almacenado en la vegetación, reduciendo la capacidad de los bosques para absorber este gas y exacerbar el efecto invernadero.

La agricultura, especialmente la ganadería, también contribuye con emisiones significativas de metano, un potente gas de efecto invernadero. La creciente demanda de alimentos, combinada con la expansión urbana y el uso de la tierra para actividades industriales, está desafiando aún más los sistemas naturales de regulación del clima.

Finalmente, el aumento en la generación de electricidad y el uso de transporte también son factores clave en el cambio climático. Los sistemas de calefacción y climatización en edificios, así como el transporte de mercancías y personas, dependen en gran medida de combustibles fósiles. Este uso intensivo de energía contribuye a las emisiones de gases de efecto invernadero, que intensifican el calentamiento global.

Las Naciones Unidas destacan que, para abordar eficazmente el cambio climático, es esencial reducir la dependencia de estos combustibles y adoptar prácticas más sostenibles en todos los sectores, desde la industria hasta el consumo individual.

En la página web Enel Green Power, se describe que, a lo largo de la historia de la Tierra, siempre ha habido variaciones climáticas; no obstante, el calentamiento global que hemos estado

experimentando durante los últimos 150 años es inusual porque es provocado por las actividades humanas, este fenómeno, conocido como efecto invernadero antrópico, se suma al efecto invernadero natural (Enel Green Power, 2024).

Se comenta que,

Con la revolución industrial, de repente el hombre emitió en la atmósfera millones de toneladas de gas carbónico y otros gases de efecto invernadero, y como consecuencia duplicó la cantidad de CO₂ presente en la atmósfera respecto a las cantidades mínimas de los últimos 700 mil años (410-415 partes por millón respecto a 200-180 partes por millón) (Enel Green Power, 2024).

La drástica duplicación de las concentraciones de dióxido de carbono en la atmósfera desde entonces refleja el impacto profundo de las actividades humanas en el equilibrio climático global. Existe una necesidad de adoptar tecnologías y prácticas más sostenibles se vuelve cada vez más evidente para mitigar estos efectos y revertir las tendencias actuales, protegiendo así la estabilidad del clima y el bienestar del planeta para las generaciones futuras.

2.1.3 La tierra en transformación: consecuencias del cambio climático

A medida que las concentraciones de gases de efecto invernadero en la atmósfera aumentan, los patrones climáticos globales se ven alterados, se da lugar a fenómenos meteorológicos extremos y cambios en los ecosistemas. Estos impactos no solo afectan el medio ambiente, sino que también repercuten en la economía, la salud pública y la seguridad alimentaria.

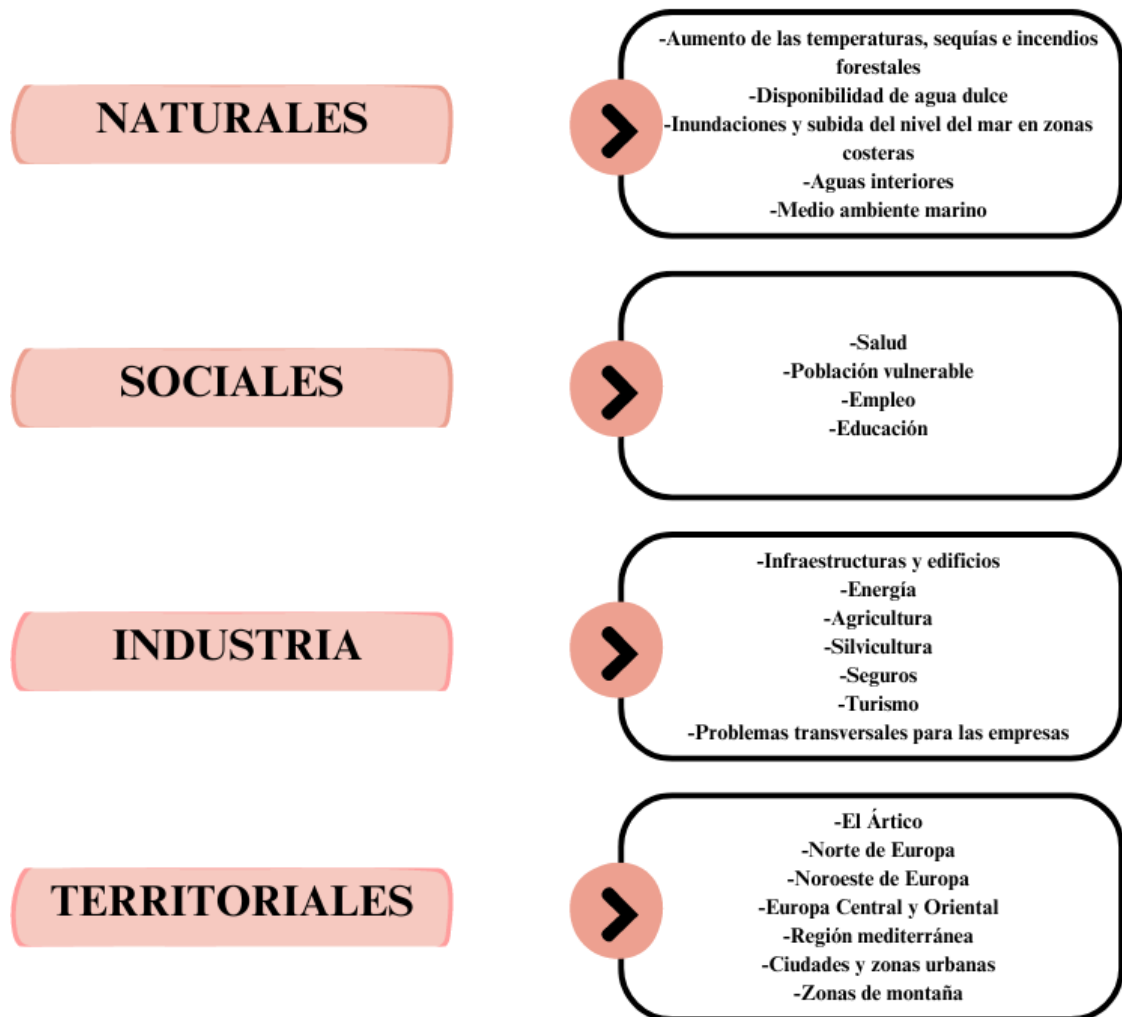
Entender las consecuencias del cambio climático es crucial para desarrollar estrategias efectivas de adaptación y mitigación que puedan proteger tanto el entorno natural

como el bienestar humano. Este análisis de las repercusiones del cambio climático proporciona un marco para abordar las múltiples dimensiones del desafío y fomentar respuestas globales coordinadas.

El cambio climático impacta a todas las áreas del planeta, los casquetes polares están disminuyendo y el nivel del mar está aumentando. En ciertas regiones, los eventos meteorológicos extremos y las inundaciones se vuelven más comunes, mientras que, en otras, se observan olas de calor y sequías. Es crucial tomar medidas ahora para abordar el cambio climático, o los efectos seguirán empeorando. (Comisión Europea, 2024)

Este fenómeno representa una amenaza significativa, con repercusiones que afectan numerosos aspectos de nuestra vida cotidiana. A continuación, se presenta una figura realizada a partir de las principales consecuencias del cambio climático mencionadas por la Comisión Europea:

Figura 2. Consecuencias del cambio climático



Fuente: elaboración propia a partir de Comisión Europea, 2024.

Es importante comprender cada una de las consecuencias del cambio climático, por ejemplo, las naturales. La crisis climática ha elevado la temperatura media global, resultando en un incremento de eventos de calor extremo, como olas de calor. Este aumento en las temperaturas puede elevar la tasa de mortalidad, disminuir la productividad y causar daños a las infraestructuras. Las personas más vulnerables, como los bebés y los ancianos, son las más afectadas por estas consecuencias. (Comisión Europea, 2024)

Además, se espera que el incremento de las temperaturas modifique la distribución de las zonas climáticas, alterando la distribución y abundancia de muchas especies de plantas y animales que ya enfrentan la presión de la pérdida y contaminación de sus hábitats (Comisión Europea, 2024).

En consecuencia, debido al cambio climático, muchas regiones de Europa están experimentando sequías más frecuentes, severas y prolongadas. Una sequía se define como una falta inusual y temporal de agua, causada por la escasez de precipitaciones y el aumento de la evaporación debido a altas temperaturas, y se diferencia de la escasez de agua, que es una falta estructural de agua dulce durante todo el año por consumo excesivo. (Comisión Europea, 2024)

Las sequías tienen efectos colaterales significativos, afectando infraestructuras de transporte, agricultura, silvicultura, suministro de agua y biodiversidad. Estas sequías reducen los niveles de agua en ríos y acuíferos, inhiben el crecimiento de árboles y cultivos, aumentan las plagas y favorecen los incendios forestales. En Europa, las pérdidas anuales debido a las sequías, que ascienden a aproximadamente 9,000 millones de euros, impactan principalmente a la agricultura, el sector energético y el suministro público de agua. (Comisión Europea, 2024)

En esta misma línea, a medida que el clima se calienta, los patrones de precipitación cambian, aumenta la evaporación, los glaciares se derriten y el nivel del mar sube, lo que impacta la disponibilidad de agua dulce. Se espera que el incremento en la gravedad y frecuencia de las sequías, junto con el aumento de las temperaturas del agua, reduzca su calidad (Comisión Europea, 2024).

Estas condiciones promueven el crecimiento de algas y bacterias tóxicas, exacerbando la escasez de agua, en gran parte atribuida a la actividad humana. Además, el aumento de aguaceros intensos y repentinos puede afectar la calidad y cantidad de agua dulce disponible al provocar la filtración de aguas residuales en fuentes de agua superficiales (Comisión Europea, 2024).

Por otro lado, se anticipa que el cambio climático aumentará las precipitaciones en muchas regiones, lo que podría causar un incremento en las inundaciones fluviales, es decir, el desbordamiento de ríos, y en inundaciones pluviales, que ocurren por intensos aguaceros sin desbordamiento de cuerpos de agua (Comisión Europea, 2024).

Las inundaciones fluviales son un desastre natural común en Europa y, junto con las tormentas, han causado muertes, desplazamientos masivos y grandes pérdidas económicas en las últimas tres décadas. Se espera que el cambio climático intensifique la frecuencia de estas inundaciones en toda Europa en los próximos años (Comisión Europea, 2024).

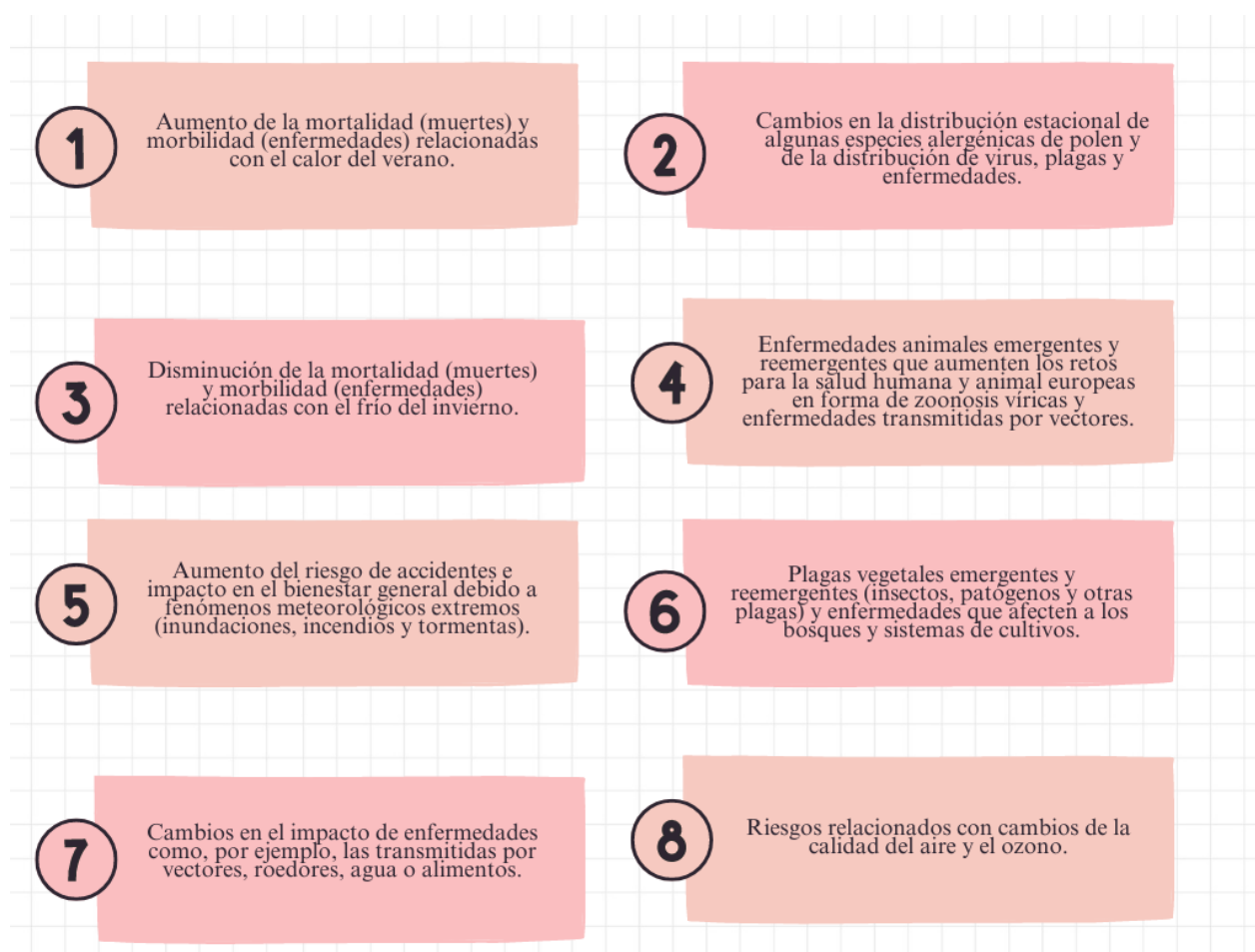
Además, el cambio climático está causando un aumento en las temperaturas superficiales del mar, la acidificación de los océanos, y alteraciones en las corrientes y patrones eólicos, lo que modificará considerablemente la composición física y biológica de los océanos (Comisión Europea, 2024).

Las variaciones en la temperatura y circulación oceánica podrían cambiar la distribución geográfica de las especies pesqueras y permitir que especies no nativas se expandan a nuevas áreas. La acidificación afectará a organismos que dependen del carbonato cálcico, impactando los ecosistemas costeros y marinos y generando consecuencias socioeconómicas significativas para muchas regiones. (Comisión Europea, 2024)

En cuanto a factores sociales, el cambio climático representa una grave amenaza no solo para la salud humana, sino también para la salud animal y vegetal. Aunque no introduce nuevas amenazas para la salud, intensificará los problemas existentes.

Entre los efectos más destacados del cambio climático en la salud se incluyen:

Figura 3. Efectos a la salud



Fuente: elaboración propia a partir de Comisión Europea, 2024.

En este mismo camino, se debe resaltar que el cambio climático puede influir en la disponibilidad de mano de obra al deteriorar la salud de la población y generar nuevas restricciones en el ámbito laboral, como el aumento de las temperaturas en el lugar de trabajo

y el incremento de riesgos naturales que impidan el acceso a los centros laborales (Comisión Europea, 2024).

Sectores que dependen estrechamente de condiciones climáticas estables son especialmente vulnerables. Así, el cambio climático inducirá alteraciones en la producción en áreas como la agricultura y el turismo (Comisión Europea, 2024).

La magnitud del cambio climático requiere una colaboración activa entre los sectores público y privado para mitigar la vulnerabilidad y adaptarse a sus efectos. Sin embargo, no todos los actores involucrados están plenamente informados o conscientes de su vulnerabilidad y de las medidas que pueden tomar para anticipar su adaptación. Por ello, la educación y la concienciación juegan un papel crucial en el proceso de adaptación, ya que son fundamentales para gestionar los efectos del cambio climático, mejorar la capacidad de adaptación y reducir la vulnerabilidad en general. (Comisión Europea, 2024)

En otra dirección, el cambio climático también es un problema para la industria, ya que los edificios e infraestructuras pueden ser susceptibles al cambio climático debido a su diseño, que puede no ser lo suficientemente resistente a tormentas, o a su ubicación en áreas propensas a inundaciones, deslizamientos de tierra o avalanchas. En realidad, cualquier alteración en las condiciones climáticas o fenómeno meteorológico extremo, como el aumento del nivel del mar, lluvias intensas e inundaciones, temperaturas extremas, nevadas intensas o vientos fuertes, puede causarles daños o hacerlos inutilizables. (Comisión Europea, 2024)

Además, el aumento en la frecuencia e intensidad de las olas de calor alterará los patrones de oferta y demanda de energía, a menudo en direcciones opuestas. Con el

incremento de las temperaturas y las sequías, se reducirá la disponibilidad de agua para refrigerar la generación de energía térmica en verano, disminuyendo así el suministro energético (Comisión Europea, 2024).

Al mismo tiempo, la demanda de aire acondicionado aumentará; además, el aumento en la intensidad y frecuencia de fenómenos meteorológicos extremos representará una amenaza para las infraestructuras energéticas, afectando no solo las líneas de transmisión y distribución, sino también las subestaciones y transformadores (Comisión Europea, 2024).

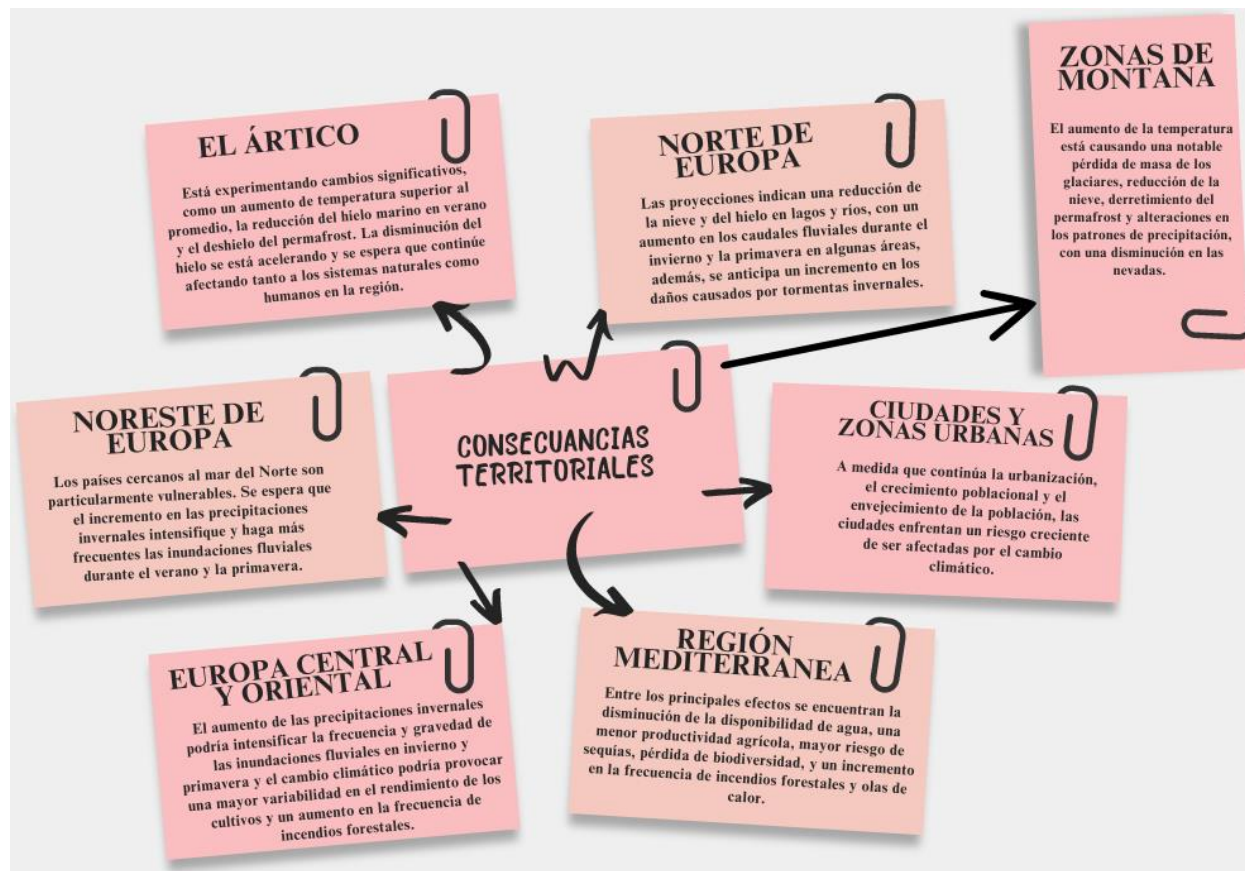
De acuerdo con la Comisión Europea:

El cambio climático ya ha tenido y seguirá teniendo un impacto negativo significativo en la agricultura europea a lo largo del siglo XXI debido al aumento del calor, la sequía, las inundaciones, las plagas, las enfermedades y la disminución de la salud de los suelos:

- Pérdidas sustanciales en la producción agrícola (menor rendimiento de los cultivos)
- Reducción de superficies adecuadas para el cultivo

Por otra parte, las consecuencias territoriales son definidas en la siguiente figura:

Figura 4. Consecuencias territoriales



Fuente: elaboración propia a partir de Comisión Europea, 2024.

En cuanto a consecuencias del cambio climático, la organización Naciones Unidas también menciona la desaparición de especies, ya que este coloca en grave peligro la supervivencia de muchas especies tanto terrestres como marinas. A medida que las temperaturas globales aumentan, el riesgo de extinción se incrementa. Actualmente, las especies se están extinguiendo a una velocidad 1000 veces mayor que en cualquier otra época documentada en la historia humana. (Naciones Unidas, 2024)

Se estima que un millón de especies podrían desaparecer en las próximas décadas, las amenazas vinculadas al cambio climático incluyen incendios forestales, condiciones

climáticas extremas, y la proliferación de plagas y enfermedades. Mientras algunas especies podrían adaptarse a nuevos entornos, muchas otras no tendrán esa capacidad (Naciones Unidas, 2024).

2.1.4 La Unión Global: prevenciones al cambio climático

Abordar el cambio climático requiere no solo entender sus causas y consecuencias, sino también implementar estrategias efectivas para mitigar sus efectos y adaptarse a sus impactos. La prevención y solución del cambio climático abarcan una serie de medidas y políticas diseñadas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, fomentar el uso de energías renovables, y promover prácticas sostenibles en todos los sectores.

Además, se necesitan acciones para adaptar las infraestructuras y los sistemas naturales a las nuevas realidades climáticas, así como para aumentar la resiliencia de las comunidades vulnerables, estas medidas son esenciales para limitar el calentamiento global, proteger los ecosistemas, y garantizar un futuro más sostenible y seguro para las generaciones venideras.

Para enfrentar el cambio climático, se requieren múltiples soluciones y no basta con un único enfoque, afortunadamente, muchas de estas soluciones ya están disponibles y su implementación depende de cambios en los comportamientos humanos, especialmente en la producción y consumo de energía (National Geographic, 2024).

Las transformaciones necesarias incluyen adoptar tecnologías, prácticas y políticas que promuevan una mayor eficiencia y un uso más racional de los recursos. Ejemplos de medidas efectivas son mejorar la eficiencia energética, reducir el consumo de combustibles fósiles en vehículos, incrementar el uso de energías renovables como la eólica y la solar,

desarrollar biocombustibles a partir de residuos orgánicos, establecer un precio para el carbono y proteger los bosques. Estas acciones contribuyen a disminuir las emisiones de dióxido de carbono y otros gases de efecto invernadero que contribuyen al calentamiento global (National Geographic, 2024).

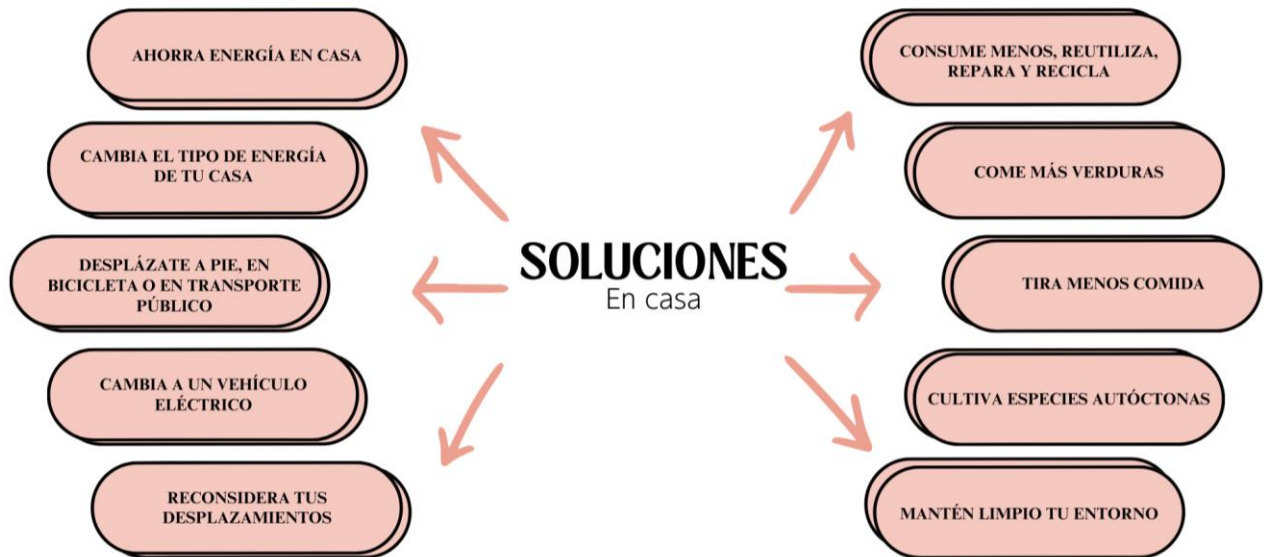
En el mismo sentido, científicos están explorando la producción sostenible de hidrógeno, actualmente derivado en su mayoría del gas natural, para alimentar pilas de combustible sin emisiones para transporte y generación de electricidad. También se están desarrollando mejores baterías para almacenar energía renovable, diseñando una red eléctrica más eficiente y buscando formas de capturar el dióxido de carbono de las plantas de energía y otras fuentes, con el objetivo de almacenarlo bajo tierra o transformarlo en productos útiles, como gasolina. (National Geographic, 2024).

A pesar de los problemas asociados con la seguridad, el consumo de agua y los residuos tóxicos, algunos argumentan que la energía nuclear debería ser considerada como una solución adicional, ya que las plantas nucleares no emiten contaminantes directamente al aire durante su operación (National Geographic, 2024).

Mientras es crucial frenar las nuevas emisiones de gases de efecto invernadero, los científicos también destacan la importancia de eliminar el dióxido de carbono ya presente en la atmósfera. Sin embargo, las propuestas más audaces de "geoingeniería" para enfriar el planeta, como la inyección de aerosoles que reflejen la luz solar o la instalación de espejos espaciales para bloquear el sol, han sido en gran parte descartadas debido a los riesgos ambientales que podrían presentar en comparación con sus beneficios potenciales. (National Geographic, 2024)

Por su parte, la organización Naciones Unidas recomienda varias acciones a la población para prevenir un mayor daño al planeta:

Figura 5. Buenas prácticas por el planeta



Fuente: elaboración propia a partir de Naciones Unidas, 2024.

Enfrentar el cambio climático requiere una combinación integral de soluciones innovadoras y enfoques sostenibles, la transición hacia fuentes de energía limpias, como la solar y la eólica, junto con la mejora de la eficiencia energética y el desarrollo de tecnologías de almacenamiento, es crucial para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.

Además, iniciativas como la producción sostenible de hidrógeno, la captura y almacenamiento de carbono, y la protección de los ecosistemas naturales desempeñan un papel fundamental en la mitigación de los impactos climáticos. Si bien la energía nuclear podría ofrecer beneficios al reducir las emisiones directas, es esencial abordar también la eliminación del dióxido de carbono ya presente en la atmósfera. Aunque las propuestas de

geoingeniería podrían parecer tentadoras, es vital considerar sus posibles riesgos ambientales.

La colaboración entre gobiernos, empresas y ciudadanos, junto con un compromiso global hacia la sostenibilidad, es indispensable para implementar estas soluciones de manera efectiva y lograr un futuro más resiliente frente al cambio climático.

2.2 Un análisis teórico de los medios de comunicación

Los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la sociedad contemporánea al actuar como intermediarios entre la información y el público. Su función va más allá de la mera transmisión de noticias, abarcando también la formación de opiniones, la influencia en la agenda pública y la modelación de la percepción social.

Para comprender plenamente el impacto y la efectividad de un medio de comunicación, es esencial desglosar y analizar sus diversos componentes y características. Al definir y examinar cada uno de estos detalles, se obtendrá una visión comprensiva de cómo el medio opera y cómo sus prácticas impactan en la comunicación y la percepción pública sobre temas específicos, como el cambio climático.

De acuerdo con Peiró, la definición técnica de un medio de comunicación se basa en canales e instrumentos cuyo objetivo es la difusión de información actual sobre acontecimientos que suceden de forma diaria (Peiró, 2020).

Los medios de comunicación funcionan como canales y herramientas esenciales para la difusión de información en la sociedad contemporánea, estos medios desempeñan un papel crucial al conectar a las personas con las noticias y eventos que ocurren tanto a nivel local como global. Gracias a la variedad de plataformas disponibles, como la televisión, la radio,

los periódicos, y las redes sociales, los ciudadanos tienen acceso constante a una amplia gama de información.

En consecuencia, cabe destacar que los medios de comunicación juegan un papel importante en la formación de la opinión pública. Al presentar noticias y reportajes de manera objetiva o, en algunos casos, desde una perspectiva particular, influyen en la percepción de los acontecimientos por parte de la sociedad. La forma en que se presenta la información puede afectar la manera en que las personas interpretan y responden a los eventos que les afectan directamente. (Peiró, 2020)

Para Farías y Gilberto un medio de comunicación es un sistema técnico diseñado para transmitir información a la sociedad y facilitar la interacción con las personas. Generalmente, este término hace referencia a medios de comunicación masiva, que son aquellos que difunden contenido a un gran público simultáneamente, como la radio, la televisión y los periódicos; no obstante, también hay medios interpersonales que permiten la comunicación directa y personalizada entre individuos, tales como el teléfono, el correo postal y la mensajería instantánea. (Farías y Gilberto, 2024)

La definición de medio de comunicación abarca una variedad de sistemas técnicos diseñados para transmitir información a la sociedad, facilitando así la comunicación entre personas. Este concepto es fundamental en el contexto de la sociedad moderna, donde la transmisión de información juega un papel crucial en la vida cotidiana, la formación de opiniones y la interacción social.

Generalmente, el término "medio de comunicación" se asocia con aquellos medios de carácter masivo. Estos incluyen la radio, la televisión y la prensa escrita, que tienen la capacidad de llegar a un amplio público simultáneamente (Farías y Gilberto, 2024).

Estos medios desempeñan un papel esencial en la difusión de noticias, entretenimiento y cultura, y son herramientas poderosas para informar y educar a grandes audiencias, su capacidad para alcanzar a millones de personas a la vez los convierte en pilares de la comunicación moderna, moldeando la opinión pública y proporcionando una plataforma para el debate y la discusión sobre temas de interés general. (Farías y Gilberto, 2024)

Por otro lado, es importante reconocer la existencia de medios de comunicación interpersonales, que permiten una comunicación más directa y personalizada entre individuos. Ejemplos de estos medios incluyen el teléfono, el correo postal y la mensajería instantánea (Farías y Gilberto, 2024).

A diferencia de los medios masivos, los interpersonales están diseñados para facilitar una comunicación más íntima y específica, lo que permite una interacción más personalizada y la construcción de relaciones individuales. Estos medios son esenciales para la comunicación cotidiana, la gestión de relaciones personales y la coordinación de actividades privadas (Farías y Gilberto, 2024).

Se puede determinar que la definición de medio de comunicación abarca tanto los canales de difusión masiva como los medios de comunicación interpersonales. Ambos tipos desempeñan roles complementarios en la sociedad, con los primeros ofreciendo una

plataforma para la comunicación a gran escala y los segundos facilitando la interacción directa entre individuos.

2.2.1 Tipos de medios de comunicación

Los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la transmisión de información y la conexión entre las personas en la sociedad moderna. Para entender cómo se facilita esta comunicación, es útil explorar los diferentes tipos de medios que existen.

Estos se dividen principalmente en dos categorías: los medios masivos y los interpersonales. Los medios masivos, como la radio, la televisión y la prensa escrita, están diseñados para alcanzar a grandes audiencias simultáneamente y tienen un impacto significativo en la difusión de noticias, entretenimiento y cultura.

Por otro lado, los medios interpersonales, tales como el teléfono, el correo postal y la mensajería instantánea, permiten una comunicación más personalizada y directa entre individuos. Cada tipo de medio cumple una función específica, contribuyendo de manera única a la forma en que compartimos información y nos conectamos con los demás.

Para efectos de este estudio, se detallarán los medios de comunicación masivos, donde podemos resaltar las categorías de medios audiovisuales, radiofónicos, digitales e impresos. Como primer análisis, se puede mencionar que los medios audiovisuales son aquellos canales de comunicación que permiten la transmisión de mensajes a través de la combinación de imágenes y sonidos, los cuales se perciben de manera simultánea. (Clarín, 2023)

Estos medios utilizan tecnología avanzada para emitir contenidos que pueden ser vistos y escuchados al mismo tiempo, facilitando una experiencia de comunicación más rica

y dinámica. Un ejemplo claro de medio audiovisual es la televisión, que combina imágenes en movimiento con audio para informar y entretener al público (Clarín, 2023).

Por su parte, los medios radiofónicos se caracterizan por transmitir información únicamente a través de sonido. A diferencia de los medios audiovisuales, que combinan imágenes y sonidos, la radio se basa exclusivamente en el formato sonoro, lo que simplifica su proceso de producción en comparación con la televisión. Esta simplificación se traduce en una mayor facilidad y menor costo en la creación de contenidos. (Clarín, 2023)

Sin embargo, una de las principales limitaciones de la radio tradicional es el alcance de sus ondas, que puede restringir la cobertura a ciertas áreas geográficas. A pesar de esto, la evolución tecnológica ha traído cambios significativos al medio radiofónico (Clarín, 2023).

La aparición de radios en línea y la creciente popularidad de los podcasts, que se producen inicialmente en formato radiofónico, pero se distribuyen digitalmente, han modificado el panorama original. Estos avances permiten que el contenido auditivo alcance audiencias más amplias a través de internet, superando muchas de las limitaciones asociadas con la radio convencional. (Clarín, 2023)

Por otro lado, los medios impresos comprenden una variedad de publicaciones físicas, tales como revistas, periódicos, magazines, folletos y panfletos. Aunque estos formatos están en declive debido al avance de los medios digitales, todavía conservan su relevancia en diversos contextos (Clarín, 2023).

Las publicaciones impresas siguen siendo valiosas en áreas como el periodismo, la publicidad y la educación, donde la tangibilidad del papel ofrece una experiencia única;

además, en la actualidad, muchas de estas publicaciones impresas están integrando elementos digitales para enriquecer su alcance y funcionalidad (Clarín, 2023).

La combinación de formatos impresos y digitales permite a los medios impresos adaptarse a las nuevas demandas del público y ofrecer una experiencia más completa. Esta integración facilita la transición entre el contenido físico y el digital, ampliando las oportunidades para la interacción y el acceso a la información (Clarín, 2023).

Uno de los principales atractivos de los medios impresos es su capacidad para proporcionar una experiencia táctil y visual que muchos usuarios aún valoran. El papel ofrece una forma tangible de interactuar con el contenido, lo cual puede ser más atractivo y memorable en comparación con la lectura en pantallas.

Además, ciertas publicaciones impresas, como revistas especializadas y periódicos de alta calidad, siguen siendo apreciadas por su profundidad y el formato en el que presentan la información.

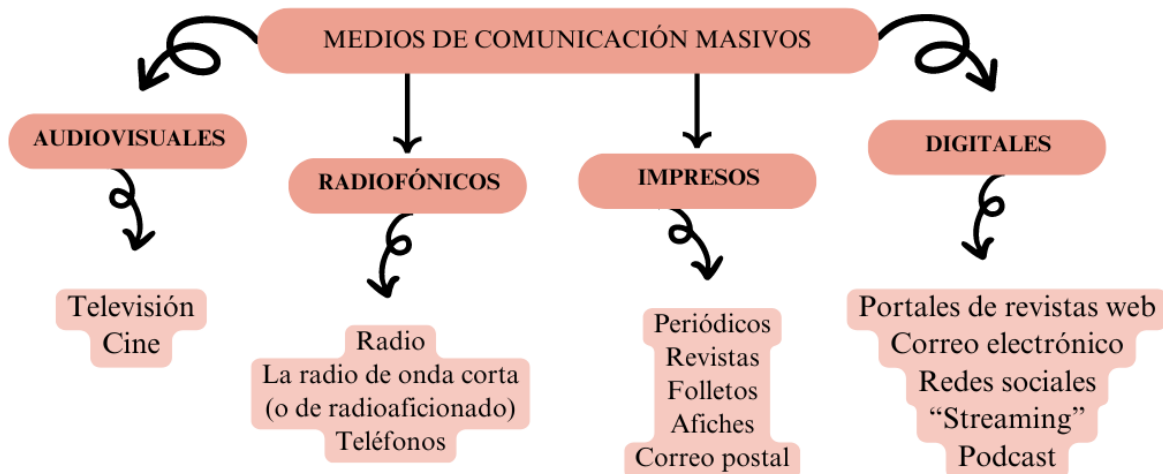
Por último, los medios digitales, que comenzaron a emerger en la década de 1980, han experimentado una notable expansión gracias a su integración en diversos dispositivos tecnológicos, estos incluyen computadoras personales, teléfonos celulares, tabletas y otros aparatos móviles (Clarín, 2023).

La rápida proliferación de estos medios digitales se debe a su capacidad para ofrecer acceso instantáneo a la información, superando con creces la velocidad de transmisión de los medios masivos tradicionales. La accesibilidad que brindan los dispositivos móviles ha permitido que los medios digitales se conviertan en una de las formas más efectivas de comunicación (Clarín, 2023).

Además, la capacidad de transmitir información de manera casi inmediata proporciona una ventaja significativa sobre otros formatos de comunicación, facilitando la rápida difusión de noticias y contenidos en todo el mundo. Esta agilidad en la comunicación ha transformado la manera en que consumimos y compartimos información, consolidando a los medios digitales como una herramienta esencial en el panorama informativo actual. (Clarín, 2023)

A continuación, se presenta una figura que ilustra los tipos de medios de comunicación según su categoría:

Figura 6. Tipos de medios de comunicación



Fuente: elaboración propia a partir de Farías y Gilberto, 2024.

2.2.2 Entre la verdad y la narrativa: tratamiento periodístico

El tratamiento informativo juega un papel crucial en la comunicación, ya que define cómo se presentan los contenidos y las noticias a la audiencia. En este proceso, se toman decisiones estratégicas sobre la forma en que se estructuran los mensajes, la selección de los temas a destacar y el enfoque general adoptado.

Estas decisiones influyen en la manera en que la información es recibida y comprendida por el público, afectando así la percepción y el impacto de los contenidos divulgados. Analizar el tratamiento informativo permite entender mejor las dinámicas de la comunicación y los factores que modelan la opinión pública.

Según Martínez (2011) el tratamiento periodístico puede ser definido como la manera en la que un medio de comunicación evalúa y distribuye la información ante el público. Tomando en cuenta esta definición, se puede decir que el tratamiento periodístico, que también se puede conocer como tratamiento informativo, es la forma en la que un periodista decide exponer cierta información a la opinión pública. (Martínez, 2011)

Cada medio de comunicación y cada periodista tiene su propio enfoque en el tratamiento de la información, lo que puede influir significativamente en cómo se perciben las noticias. Por ejemplo, el mismo evento puede ser reportado de manera diferente dependiendo del medio, del estilo editorial o del objetivo que se persiga.

Esta variabilidad puede llevar a diferentes interpretaciones y opiniones entre los públicos, ya que el tratamiento periodístico puede resaltar ciertos aspectos mientras minimiza o ignora otros. Además, el tratamiento periodístico no solo se limita a la selección y presentación de hechos, sino que también involucra decisiones sobre el tono, el contexto y el formato de la información.

Por su parte, Núñez (1995, p.45) define el tratamiento informativo como:

Es aquella función del periodista que está en constante evolución con los hechos sociales, ya que es el agente dispuesto para informar utilizando un adecuado uso de los medios y herramientas comunicativas, los ordena en el espacio o en el tiempo, con

la aplicación de ciertas reglas para la trasmisión de los mensajes, el tratamiento informativo debe basarse, en principios de veracidad, pluralidad, imparcialidad, precisión, utilidad y aplicabilidad, concretado a un estilo creativo de ingenio y personalidad. (Núñez, 1995, p.45)

Al enfatizar que el tratamiento informativo está en constante evolución con los hechos sociales, se reconoce que el papel del periodista no es estático, sino que debe ajustarse a las circunstancias cambiantes y a las demandas de la audiencia. Este aspecto es crucial porque refleja la necesidad de que los periodistas se mantengan al día con los eventos actuales y adapten sus enfoques para ofrecer una cobertura relevante y actualizada.

El uso adecuado de medios y herramientas comunicativas, junto con la organización de la información en el espacio y el tiempo, es una parte esencial del trabajo periodístico. Los periodistas deben manejar una variedad de recursos, desde tecnología digital hasta técnicas de redacción, para estructurar la información de manera que sea clara y accesible.

Este proceso no solo involucra la selección y disposición de los datos, sino también la aplicación de reglas específicas que aseguran que los mensajes sean transmitidos de manera efectiva y comprensible.

El tratamiento periodístico es un análisis de la forma en la que una noticia está estructurada, así como la intención que lleva para la interpretación del público. De acuerdo con Morín “es el modo en que los medios eligen la información; la transforman en imágenes y en textos, la ubican en las páginas y la ponen en la circulación. Es un sistema diseñado para analizar diferentes tipos de información” (Morín, 2009, p.3).

A su vez, Suarez en la tesis “El tratamiento periodístico en los reportajes televisivos” define el tratamiento periodístico como la forma en la que se estructura la noticia para ser recibida por su público, va desde el tema que se elige, las fuentes que se utilizan y como se desarrolla de inicio a fin el comunicado (Suarez, 2020, p.13).

Se puede comprender que el tratamiento informativo en los medios de comunicación es un proceso esencial que determina cómo se presenta la información al público. Este proceso no solo implica la selección y organización de los hechos, sino también la aplicación de principios fundamentales como la veracidad, imparcialidad y precisión.

A través de un enfoque cuidadoso y ético, los periodistas tienen la responsabilidad de asegurar que la información que se difunde sea clara, justa y relevante. La capacidad para aplicar estos principios de manera efectiva es lo que permite a los medios de comunicación cumplir su función primordial: informar a la sociedad de manera confiable y equilibrada.

En continuidad, el tratamiento informativo también se enriquece con la creatividad y el estilo personal del periodista, lo que permite que la información no solo sea precisa, sino también atractiva y accesible para la audiencia. Esta combinación de rigor profesional con una presentación innovadora ayuda a captar el interés del público y facilita una comprensión más profunda de los temas tratados.

En un mundo de constante cambio y creciente flujo de información, el papel del periodista en el tratamiento informativo sigue siendo crucial para mantener una comunicación efectiva y significativa.

Finalmente, la evolución del tratamiento informativo refleja las demandas y expectativas cambiantes de la audiencia, así como los avances tecnológicos en los medios de comunicación. La capacidad de adaptarse y de utilizar herramientas y formatos diversos para presentar la información asegura que los medios continúen desempeñando un papel vital en la sociedad.

Al comprender y aplicar adecuadamente el tratamiento informativo, los medios pueden seguir contribuyendo al diálogo público y a la construcción de una ciudadanía bien informada y crítica.

2.2.3 Estrategias de comunicación

Las estrategias de comunicación son elementos clave en la manera en que se transmite información de manera efectiva y persuasiva. Estas estrategias abarcan una variedad de enfoques y técnicas diseñadas para captar la atención del público, transmitir mensajes de manera clara y lograr los objetivos comunicativos deseados.

Comprender y aplicar las estrategias de comunicación permite a los profesionales de los medios, el “marketing” y las relaciones públicas optimizar sus mensajes y maximizar el impacto de su comunicación en distintos contextos. Explorar las estrategias de comunicación implica examinar cómo se seleccionan los canales adecuados, se estructuran los mensajes y se adaptan los enfoques según la audiencia objetivo.

Cada estrategia tiene un propósito específico y utiliza diversos métodos para abordar las necesidades y expectativas del público, además no solo se enfocan en cómo se envía un mensaje, sino también en cómo se recibe y se interpreta. Analizar estas estrategias permite

entender mejor cómo los diferentes elementos del mensaje, como el tono, el formato y el canal de distribución, influyen en la percepción y la respuesta de la audiencia.

Las estrategias de comunicación son las medidas que una organización implementa en su ámbito comunicativo para lograr de manera eficiente sus objetivos y metas. Estas estrategias pueden ser adoptadas por diversas razones, como la reestructuración interna, la mejora de la imagen corporativa o el aumento de las ventas, entre otras motivaciones (Sordo, 2023).

Desarrollar una estrategia para los medios de comunicación debería seguir el mismo proceso que la planificación estratégica descrita en la sección de planificación de una campaña y estrategia de una campaña. Este proceso incluye realizar un análisis situacional, definir objetivos específicos, planificar las acciones a seguir y determinar cómo se llevará a cabo la vigilancia del proceso y los resultados de la estrategia.

El análisis debe incluir un "catálogo del entorno de los medios de comunicación" para revisar los medios disponibles y establecer los canales de comunicación que tienen más posibilidades de alcanzar eficazmente a los diversos destinatarios o grupos objetivo (ONU Mujeres, 2012).

La ONU Mujeres comparte que los elementos del entorno de los medios de comunicación adjuntan:

- Canales de comunicación
- Cantidad y calidad de los medios de difusión; tipo de medio de difusión
- Ciclos de noticias: 24 horas (como la BBC o CNN), diarios (muchos periódicos), semanales, mensuales (muchas revistas), etc.

- Popularidad: número de lectores o espectadores
- Tipos de lectores o espectadores (por ejemplo, grupo de edad y nivel de educación)
- Grado de acceso de los destinatarios
- Tendencias ideológicas o de otra índole (por ejemplo, medios de comunicación que adoptan una tendencia religiosa determinada o que están a favor o en contra de un partido político determinado)
- Medios de comunicación no tradicionales: nuevos medios (como sitios de noticias en línea y blogs), medios alternativos (no tradicionales, gestionados por una ONG, incluidos medios de difusión comunitarios). (ONU Mujeres, 2012)

Se debe mencionar para su conclusión, que el uso eficaz de estrategias de comunicación es crucial para la correcta difusión de información a través de los medios de comunicación. La implementación de estas estrategias permite a las organizaciones no solo alcanzar sus objetivos de manera más efectiva, sino también garantizar que la información se transmita de forma clara y persuasiva.

Un enfoque bien planificado ayuda a seleccionar los canales adecuados, adaptar los mensajes para que resuenen con la audiencia y maximizar el impacto de la comunicación. La importancia de estas estrategias radica en su capacidad para gestionar la percepción pública y construir una imagen coherente y positiva; además, la correcta aplicación de estrategias de comunicación facilita una mayor transparencia y credibilidad en la información difundida.

Al seguir un proceso estructurado que incluye el análisis situacional, la definición de objetivos y la planificación detallada, se puede asegurar que la información llegue de manera

precisa y oportuna a los destinatarios adecuados. Esto no solo mejora la efectividad de la comunicación, sino que también fortalece la confianza y la relación entre la organización y su audiencia. Una estrategia bien elaborada y ejecutada contribuye a la reputación y al éxito a largo plazo de la organización.

Finalmente, en un entorno mediático saturado y competitivo, el buen uso de estrategias de comunicación se convierte en un diferenciador clave. La capacidad de adaptarse a los cambios en el entorno de los medios y de utilizar los canales más efectivos para alcanzar al público objetivo puede marcar la diferencia entre una campaña exitosa y una que no logra sus metas.

Por lo tanto, invertir en la formulación y ejecución de estrategias de comunicación robustas es esencial para garantizar que la información no solo sea difundida, sino también recibida e interpretada de manera efectiva, potenciando así el impacto y la relevancia de los mensajes.

2.3 Fundamentos teóricos del fotoperiodismo

En el vasto universo del periodismo, el fotoperiodismo desempeña un papel crucial al aportar una dimensión visual que complementa y enriquece las narrativas escritas. A través de su capacidad para capturar momentos decisivos y transmitir emociones de manera inmediata, el fotoperiodismo no solo ilustra los eventos, sino que también facilita una comprensión más profunda de los temas tratados.

Las imágenes, con su poder intrínseco, permiten a los espectadores conectar de manera más visceral con las historias y hechos reportados, creando un puente entre la información y la empatía. En este sentido, el fotoperiodismo no solo documenta la realidad,

sino que también contribuye a la formación de una opinión pública más informada y comprometida.

De acuerdo con W. Eugene Smith, citado por Joan Fontcuberta, el fotoperiodismo, al tener acceso a un vasto público a través de las publicaciones y medios que lo difunden, ejerce una influencia significativa sobre la percepción y opinión del público, a menudo superando el impacto de otras formas de fotografía (W. Eugene Smith, como se citó en Joan Fontcuberta, 2020).

Esta capacidad de influencia destaca la importancia de que los fotoperiodistas no solo dominen sus herramientas técnicas con maestría, sino que también cuenten con un sólido sentido de integridad y una aguda inteligencia para comprender y presentar los temas de manera precisa y ética. La habilidad para capturar y comunicar la esencia de las historias de forma auténtica y responsable es esencial, ya que las imágenes tienen el poder de moldear la opinión pública y generar una mayor conciencia sobre cuestiones relevantes. (W. Eugene Smith, como se citó en Joan Fontcuberta en *Estética fotográfica*, 2020)

Según Boloix, en la sociedad actual, que es altamente visual, una imagen puede servir no solo como fuente de información, sino también como una herramienta poderosa capaz de influir en los ámbitos político, social o económico de un país (Boloix, 2019).

Con el auge de las nuevas tecnologías, la comunicación de masas y las redes sociales, cualquier individuo tiene ahora la capacidad de acceder a información y crear contenido, ya sea en forma de fotos, vídeos, audios o textos. Este fenómeno ha llevado a una democratización de la imagen de prensa, haciendo difícil distinguir entre el contenido de alta calidad producido por fotoperiodistas profesionales y la fotografía amateur. (Boloix, 2019)

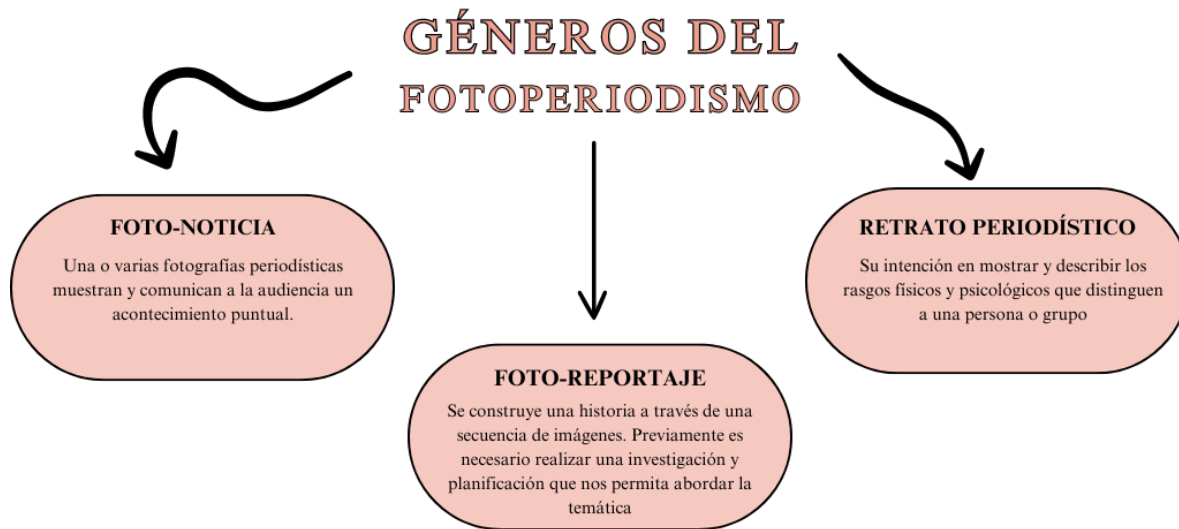
Se pueden destacar distintas definiciones otorgadas por autores como el periodista y escritor Pepe Baeza, quien resalta que el fotoperiodismo es la “función profesional desarrollada en la prensa, vinculada a valores de información, actualidad y noticia que recoge hechos de relevancia desde una perspectiva social, política, económica, etc.” (Pepe Baza, 2001, citado por Boloix, 2019).

En la misma dirección, el profesor Javier Robledano comenta que el fotoperiodismo se refiere a “una técnica o actividad comunicativa más de los medios, que usa la imagen fotográfica como un mensaje informativo de carácter visual” (Robledano, 2000, citado por Boloix, 2019).

De acuerdo con el Ministerio de Educación de Buenos Aires, debemos definir el fotoperiodismo como una rama del periodismo cuyo propósito es representar y comunicar eventos, personajes, temas o incidentes mediante fotografías. Los profesionales que se especializan en esta área son conocidos como reporteros gráficos o fotoperiodistas (Ministerio de Educación de Buenos Aires, 2010).

El Ministerio de Educación de Buenos Aires también afirma que existen diversos géneros de fotoperiodismo, como se ven en la siguiente figura:

Figura7. Géneros del fotoperiodismo



Fuente: elaboración propia a partir de Ministerio de Educación de Buenos Aires, 2010.

Se puede concluir que el fotoperiodismo emerge como una forma poderosa y esencial de periodismo que fusiona la capacidad visual de la fotografía con la narrativa informativa del reportaje. Su habilidad para capturar y comunicar momentos clave con gran impacto emocional y claridad ofrece al público una comprensión más profunda y visceral de los eventos y temas de relevancia social.

Al documentar la realidad de manera auténtica, el fotoperiodismo no solo informa, sino que también tiene el potencial de influir en la opinión pública y fomentar el cambio social. En un entorno donde las imágenes tienen un poder inmenso, el fotoperiodista

desempeña un papel crucial al garantizar que estas representaciones sean precisas, éticas y efectivas en su misión de contar historias y transmitir la verdad.

2.3.1 Visión y verdad: historia del fotoperiodismo

Para comprender el impacto profundo del fotoperiodismo en la comunicación de noticias y la percepción pública, es fundamental explorar su historia. Desde sus inicios, la fotografía ha jugado un papel transformador en el periodismo, aportando una dimensión visual que complementa y enriquece el relato textual.

La evolución del fotoperiodismo refleja una historia de innovación técnica y adaptación a los cambios sociales y políticos. A través de la narrativa histórica, podemos apreciar cómo el fotoperiodismo ha llegado a ser una herramienta crucial para capturar, documentar y comunicar eventos de manera impactante y eficaz.

En 1880, el Daily Graphic de Nueva York se convirtió en el primer periódico en emplear la fotografía para ilustrar una noticia, marcando un hito en la autenticidad informativa. Desde entonces, el papel de los fotoperiodistas ha sido crucial para documentar y narrar los conflictos globales, especialmente en el ámbito bélico (National Geographic, 2019).

Antes de la era de los medios de comunicación modernos, pioneros como William Simpson y Roger Fenton ya estaban introduciendo la fotografía periodística durante la Guerra de Crimea, aunque sus trabajos se publicaron en forma de grabados. A pesar de estos avances tempranos, la evolución lenta de la tecnología limitó el desarrollo del periodismo audiovisual. Fue solo con la invención de la Leica de 35 mm en 1925 que se inauguró la llamada edad dorada del fotoperiodismo. (National Geographic, 2019)

Para apreciar el impacto significativo del fotoperiodismo en la difusión de noticias y la formación de la opinión pública, es crucial examinar su evolución a lo largo del tiempo. Desde sus comienzos, la fotografía ha desempeñado un papel transformador en el periodismo, proporcionando una dimensión visual que complementa y enriquece los informes escritos (National Geographic, 2019).

La trayectoria del fotoperiodismo refleja una serie de avances técnicos y adaptaciones a los cambios sociales y políticos, destacando hitos clave desde los primeros experimentos en la Guerra de Crimea hasta la era contemporánea de la fotografía digital. Este recorrido histórico nos permite entender cómo el fotoperiodismo se ha convertido en una herramienta fundamental para capturar, documentar y comunicar eventos de manera efectiva y con gran impacto. (National Geographic, 2019)

La aspiración de la fotografía por establecerse como un medio de comunicación de masas ha sido una parte integral de la historia del siglo XX. Durante este período, se observó un proceso continuo en el que los fotógrafos/artistas se acercaron cada vez más al primer plano de la realidad narrada o interpretada (Casáis, 2013).

De acuerdo con Casáis, este avance tuvo que enfrentar aún la resistencia de la cultura tradicional ante el uso periodístico de imágenes cada vez más "fieles" a la realidad percibida. La "objetividad" fotográfica, que pronto comenzó a ganar terreno en el ámbito periodístico frente al discurso escrito, evidenció la supremacía de lo visual, donde una imagen puede tener un impacto mayor que mil palabras, sobre lo inteligible, donde una imagen por sí sola no transmite significado completo, como una característica distintiva de lo que más tarde se denominaría la "era posmoderna". (Casáis, 2013)

A pesar de que el fotoperiodismo experimentó un crecimiento continuo durante todo el siglo XX, los años de mayor avance fueron, curiosamente, los períodos comprendidos entre las dos guerras mundiales, de 1930 a 1950, cuando los avances técnicos en la fotografía se vieron puestos a prueba de manera intensa y repentina.

Figuras como Robert Capa, Margaret Bourke-White, Alfred Eisenstaedt, Erich Salomon y W. Eugene Smith se consolidaron como pioneros del fotoperiodismo al capturar algunos de los momentos más significativos de esa época, a menudo a través de imágenes impactantes que sacudían la conciencia global (National Geographic, 2019).

Aunque el arte tardó en aceptar la fotografía como una forma válida de expresión, para la década de 1970 el fotoperiodismo había logrado integrar de manera efectiva su rol informativo con el artístico, permitiendo que ambas dimensiones se complementaran mutuamente (National Geographic, 2019).

El progreso en la fotografía también llevó a la creación de la primera organización nacional de reporteros gráficos del mundo en Dinamarca en 1912. Esta asociación fue seguida por muchas otras, contribuyendo al establecimiento de escuelas de periodismo en diversos países y a la creación de prestigiosos premios como el World Press Photo, que continúan celebrando la excelencia en el fotoperiodismo hasta el presente. (National Geographic, 2019)

El fotoperiodista Carlos Lezama, señala que hoy en día, la perspectiva del periodista está saturada por una amplia gama de opciones debido a la abundancia de imágenes disponibles en múltiples plataformas en línea. La disponibilidad de bancos de imágenes, que van desde fotos impresionantes hasta imágenes comerciales, ha transformado radicalmente

la manera en que se accede y se utiliza la fotografía en el periodismo. (Lezama, 2024, citado por Rosas, 2024)

En un taller Lezama señaló lo siguiente:

La fotografía periodística, una vez fue relegada a los límites físicos de los diarios impresos, ahora se encuentra en constante evolución en el vasto paisaje digital. En este nuevo paradigma, la habilidad para narrar historias a través de imágenes sigue siendo un arte valioso, pero adaptado a las demandas y oportunidades del mundo moderno (Lezama, 2024, citado por Rosas, 2024).

La historia del fotoperiodismo revela una evolución significativa en la forma en que se comunican las noticias y se moldean las percepciones públicas. Desde sus primeros días, cuando la fotografía emergió como una herramienta innovadora en el periodismo, hasta la era moderna de la fotografía digital, el fotoperiodismo ha jugado un papel crucial en documentar y narrar eventos de manera visualmente impactante.

A través de sus etapas de desarrollo, el fotoperiodismo ha demostrado ser un medio indispensable para captar la esencia de los acontecimientos y provocar una respuesta emocional en la audiencia. Su capacidad para combinar precisión informativa con poder visual ha establecido un estándar que no solo enriquece el periodismo, sino que también continúa influenciando la forma en que entendemos y respondemos a los eventos globales.

La trayectoria del fotoperiodismo subraya su importancia como una herramienta fundamental en la comunicación de masas, capaz de reflejar y dar forma a la realidad de manera profunda y efectiva.

2.3.2 El rostro de la noticia: importancia del fotoperiodismo

En la era de la comunicación visual, el fotoperiodismo se destaca como una herramienta esencial para informar y educar al público. La capacidad de una imagen para captar momentos cruciales y transmitir emociones complejas permite a los fotoperiodistas ofrecer una visión más inmediata y visceral de los acontecimientos.

Este enfoque visual no solo facilita una mayor conexión emocional con las historias, sino que también ayuda a destacar cuestiones que podrían pasar desapercibidas en los informes textuales. Así, el fotoperiodismo se convierte en un puente vital entre la realidad y la percepción pública, subrayando su importancia en el panorama informativo actual.

El trabajo del fotoperiodista es crucial para la sociedad, ya que trasciende el simple uso de herramientas para documentar. Lo que destaca es el compromiso y la perspectiva de un servidor público, enfocado en descubrir la verdad, contribuir al registro histórico y dejar una marca significativa (Pupo, 2024).

Mónica Pupo, fotoperiodista, afirma que “en muchos fotoperiodistas radica la responsabilidad ética al contar una historia a través de sus imágenes. El objetivo fundamental y más importante es su objetivo de transmitir la verdad. No es nada fácil ejercer el fotoperiodismo” (Pupo, 2024).

El fotoperiodismo facilita la documentación parcial de eventos históricos a escala global, permitiendo que la información y las noticias viajen de un extremo del mundo al otro y que las ideas y emociones sean comunicadas a los espectadores (Euroinnova, 2024).

Sin el fotoperiodismo y la era digital, muchos eventos históricos no habrían alcanzado el impacto profundo que tuvieron a nivel internacional. Las fotografías permitieron a las

personas ver las noticias de primera mano y comprender la magnitud de las situaciones presentadas (Euroinnova, 2024).

Cerrando este tema, cabe recalcar que el fotoperiodismo se erige como una disciplina fundamental en el panorama informativo contemporáneo, ofreciendo una dimensión visual esencial que complementa y amplifica la narrativa periodística. Su importancia radica en su capacidad única para capturar momentos cruciales y transmitir emociones de manera inmediata e impactante. A través de imágenes cuidadosamente compuestas, el fotoperiodismo no solo documenta los eventos, sino que también proporciona una comprensión más profunda de las situaciones y temas que aborda, facilitando una conexión más visceral entre el público y la realidad.

El fotoperiodismo ha demostrado ser una herramienta poderosa para informar y educar, con el poder de influir en la opinión pública y provocar cambios sociales. A lo largo de la historia, desde los primeros días de la fotografía hasta la era digital, ha desempeñado un papel crucial en la documentación de eventos históricos, conflictos y cuestiones sociales, proporcionando una perspectiva visual que las palabras por sí solas a menudo no pueden capturar. Las imágenes fotográficas, al ser capaces de transmitir la esencia de un momento y reflejar el contexto emocional de un suceso, permiten que el público no solo reciba información, sino que también la viva y la sienta de manera más intensa.

Además, ha sido vital para la evolución del periodismo mismo, desafiando y enriqueciendo las convenciones tradicionales de la narración informativa. La capacidad de las imágenes para captar y comunicar la realidad ha llevado a una mayor apreciación del impacto visual en el relato de noticias, estableciendo un equilibrio entre el contenido textual y el visual. En un mundo saturado de información, el fotoperiodismo sigue siendo un pilar

esencial para ofrecer una representación precisa y efectiva de los eventos y para mantener una audiencia bien informada.

Se puede decir que el fotoperiodismo es mucho más que una mera herramienta de documentación; es una forma de arte y un medio poderoso para la comunicación que permite una comprensión más rica y matizada del mundo. Su capacidad para capturar la verdad y transmitirla de manera impactante subraya su importancia perdurable en el periodismo y en la sociedad en general, destacando su papel fundamental en la formación de la opinión pública y en la preservación de la historia.

3. Marco metodológico

La elaboración del marco metodológico en una investigación permite identificar los supuestos del estudio y reconstruir datos a partir de conceptos teóricos que suelen ser operacionalizados. Esto implica detallar cada uno de los aspectos seleccionados para el desarrollo del proyecto de investigación, los cuales deben ser justificados por el investigador (Azüero, 2018).

Además, se apoya en el criterio de expertos en la materia y busca responder al "cómo" de la investigación. Se especifica el tipo de datos que se necesita recolectar para cumplir con los objetivos, así como una descripción adecuada de los métodos y técnicas que se utilizarán para obtener la información necesaria (Azüero, 2018).

Por su parte, APA define el marco metodológico como la sección del documento en la que se justifican los métodos y procedimientos, así como las limitaciones en la recolección de datos sobre un tema o problema específico (APA, 2022).

El marco metodológico puede ser de tipo de investigación cualitativa, cuantitativa o mixta. El enfoque cuantitativo se define por la realización de estudios de investigación que implican la recolección y generación de datos numéricos. Este método utiliza información medible para establecer hechos, recurriendo a herramientas como encuestas, observaciones sistemáticas y estudios longitudinales o transversales. (APA, 2022)

Por otro lado, el enfoque cualitativo se centra en la recopilación de información documental y datos narrativos. Este tipo de investigación es exploratoria y se enfoca en las experiencias individuales, utilizando recursos como observaciones personales, publicaciones de otros autores y foros de discusión en línea (APA, 2022).

Finalmente, el enfoque mixto se refiere a la combinación de ambos métodos de investigación, cualitativo y cuantitativo, integrando sus respectivas características y técnicas para abordar un problema de manera más completa (APA, 2022).

3.1 Diseño de investigación

Un diseño de investigación consiste en la formulación y descripción escrita de los fundamentos temáticos, así como de los elementos teóricos y prácticos, que facilitarán la obtención de nuevos conocimientos. Esto se realiza considerando las etapas que siguen un orden lógico dentro del proceso de investigación (Martínez, 2013).

Besse indica que el "diseño de investigación se define como el plan global de investigación que intenta dar de una manera clara y no ambigua respuestas a las preguntas planteadas en la misma" (Besse, 1999, citado por Suárez, et al., 2016).

El diseño de investigación es esencial porque actúa como la hoja de ruta que guía todo el proceso. Al definirlo como un plan global, se destaca su importancia en proporcionar claridad y precisión, lo que es fundamental para responder adecuadamente a las preguntas de investigación.

Un diseño bien estructurado no solo facilita la recolección y análisis de datos, sino que también asegura que el estudio se mantenga enfocado y relevante. Además, al evitar ambigüedades, contribuye a la validez y fiabilidad de los resultados, lo que es crucial para la credibilidad de cualquier investigación. Un diseño de investigación sólido es la base sobre la cual se construyen conclusiones significativas y se avanza en el conocimiento.

Para el enfoque de este escrito, se utilizará un diseño de investigación de tipo mixto de triangulación. En esencia, los métodos mixtos, al igual que cualquier otro método, se basan

en la lógica general de los procedimientos cuantitativos, por un lado, y de los procedimientos cualitativos por otro (Silvio 2009).

Entre 1960 y 1970, se llevaron a cabo diversos estudios e investigaciones que combinaron enfoques cualitativos y cuantitativos, aunque en ese momento no se les denominaba diseños mixtos (Pereira, 2011).

En la década de 1980, se consolidó esta opción metodológica, y las investigaciones continuaron integrando los enfoques cuantitativo y cualitativo. Durante este periodo, también se inició un debate sobre la validez de la investigación mixta, lo que llevó a una expansión del concepto de triangulación, que se extendió más allá de la simple comparación entre los enfoques cualitativos y cuantitativos. Así, surgieron diferentes tipos de triangulación, incluyendo teorías, métodos e investigadores; además, se diversificaron los enfoques propuestos dentro del paradigma naturalista. (Ruiz, s. f., citado por Pereira, 2011)

Como indican los autores, en la década de 1990, los diseños mixtos se volvieron muy valiosos en áreas como la educación, la enfermería, la medicina, la psicología y la comunicación. Se reconoció que emplear más de un método aumentaba la capacidad para entender los fenómenos estudiados, especialmente en campos complejos que involucran la diversidad humana. (Pereira, 2011)

Los métodos mixtos de investigación, que emergen de la discusión entre enfoques cuantitativos y cualitativos, también enriquecen el debate sobre la triangulación al considerar la primacía de uno sobre el otro, especialmente en relación con la adecuación y justificación de su uso en contextos específicos (Silvio 2009).

Al utilizar un diseño de investigación de tipo mixto con triangulación, el trabajo se beneficia de la combinación de enfoques cuantitativos y cualitativos, lo que permite abordar el problema de manera más completa y profunda. La triangulación, en este contexto, se refiere a la utilización de diferentes métodos para estudiar un mismo fenómeno, lo que ayuda a validar y enriquecer los resultados obtenidos. Al integrar estos enfoques, la investigación puede ofrecer una visión más amplia y matizada del problema en estudio.

3.2 Enfoque de la investigación

Este escrito utiliza una investigación mixta, que es una metodología que implica la recopilación, análisis e integración de datos tanto cuantitativos como cualitativos. Este enfoque se emplea cuando se busca una comprensión más profunda del problema de investigación, algo que no se lograría utilizando únicamente uno de estos métodos (Ortega, 2024).

Al llevar a cabo una investigación mixta, se obtiene una visión más amplia y profunda, permitiendo una mejor comprensión y validación de los hallazgos. Además, este enfoque ayuda a compensar las limitaciones inherentes a cada método cuando se utilizan por separado (Ortega, 2024).

Según lo mencionado anteriormente, un diseño de investigación mixto permite capturar datos numéricos a través de encuestas y experimentos, mientras que simultáneamente explora las percepciones y experiencias de los participantes a través de entrevistas o grupos focales. Además, la triangulación fortalece la credibilidad de la investigación. Al corroborar los hallazgos de un método con los resultados de otro, se reduce la posibilidad de sesgos y se aumenta la fiabilidad de las conclusiones.

Utilizar un diseño de investigación mixto de triangulación también facilita la adaptación a los diferentes objetivos de la investigación. A partir de la pregunta de investigación, se decide cuál enfoque priorizar o cómo combinar los datos para obtener una respuesta más robusta. Esta flexibilidad es una de las principales ventajas del diseño mixto, ya que permite a la investigación ser más reactiva a los hallazgos emergentes y ajustar el enfoque según sea necesario.

Por su parte, se pueden definir ambos enfoques de la siguiente manera:

Enfoque cuantitativo:

El método cuantitativo consiste en un conjunto de estrategias científicas utilizadas en la investigación para recopilar información en forma de datos numéricos. De esta manera, es posible analizar un tema o un objeto de estudio considerando sus características medibles, es decir, aquellas que pueden representarse numéricamente (Etecé, 2024).

En la investigación actual, se opta por emplear un enfoque cuantitativo, por una parte, el cual se fundamenta en el diseño, desarrollo y aplicación de una encuesta. Este método permite recopilar datos numéricos que pueden ser analizados estadísticamente, ofreciendo así una visión objetiva y clara sobre el tema en estudio.

A través de la encuesta, se busca obtener información específica que contribuya a responder las preguntas de investigación y a validar las hipótesis planteadas, lo que a su vez facilita la identificación de patrones y tendencias en la población objeto de estudio. En consecuencia, el enfoque cuantitativo se presenta como una herramienta eficaz para obtener evidencias concretas y respaldar las conclusiones de la investigación.

Enfoque cualitativo:

La investigación cuantitativa se utiliza para analizar frecuencias, patrones, promedios y correlaciones, así como para comprender las relaciones de causa y efecto. Este enfoque permite realizar generalizaciones y poner a prueba teorías, hipótesis o suposiciones a través de un análisis estadístico. Así, los resultados se presentan en forma de números o gráficos (Santander, 2021).

El presente trabajo se basa en un enfoque cualitativo, por una parte, que se ha implementado mediante la elaboración y realización de análisis de contenido y entrevistas. Este enfoque permite profundizar en la comprensión de los fenómenos estudiados, al centrarse en las experiencias, opiniones y perspectivas de los participantes.

A través del análisis de contenido y la entrevista, se examinan de manera detallada los textos o materiales relevantes, mientras que las entrevistas ofrecen una oportunidad para explorar las ideas y percepciones de los individuos de forma más rica y matizada. En conjunto, estas herramientas cualitativas facilitan la obtención de información profunda y contextualizada, esencial para abordar las preguntas de investigación planteadas.

3.2.1 Tipo de investigación

De acuerdo con la Universidad Veracruzana, los proyectos de investigación se pueden clasificar según diversos criterios. En función del propósito, pueden ser básicos o aplicados. De acuerdo con los métodos utilizados para recolectar datos, pueden ser documentales, de campo o experimentales. Según el nivel de conocimiento que se busca obtener, pueden ser exploratorios, descriptivos o explicativos. (Universidad Veracruzana, 2024)

En relación al ámbito de conocimiento en el que se desarrollan, pueden ser científicos o filosóficos. Dependiendo del tipo de razonamiento que se emplee, pueden ser espontáneos, racionales o empírico-racionales. Asimismo, según el método utilizado, pueden ser analíticos, sintéticos, deductivos, inductivos, históricos, comparativos, entre otros. Finalmente, en función del número de investigadores involucrados, pueden ser individuales o colectivos. (Universidad Veracruzana, 2024)

Para efectos de este estudio, se utilizará un tipo de investigación correlacional. La investigación emplea un enfoque correlacional, cuyo objetivo es determinar la relación o el grado de asociación entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto o muestra específica (Hernández et al., 2014, citado por Gómez, 2020).

Este tipo de investigación permite examinar las relaciones entre diferentes variables que pueden estar influyendo en la percepción y comprensión del cambio climático. Por ejemplo, se podría analizar cómo la calidad de la información disponible afecta el nivel de conocimiento de la población sobre el tema. Al identificar estas correlaciones, se pueden obtener datos sobre qué factores están asociados con una mayor o menor conciencia del cambio climático.

Además, el enfoque correlacional facilita la identificación de patrones que pueden ayudar a entender mejor la dinámica de la comunicación en este contexto. Se pueden explorar variables como la edad, la educación, el acceso a medios de comunicación, y cómo estas influyen en la forma en que las personas reciben y procesan información sobre el cambio climático. Esta comprensión es crucial para diseñar estrategias de comunicación más efectivas.

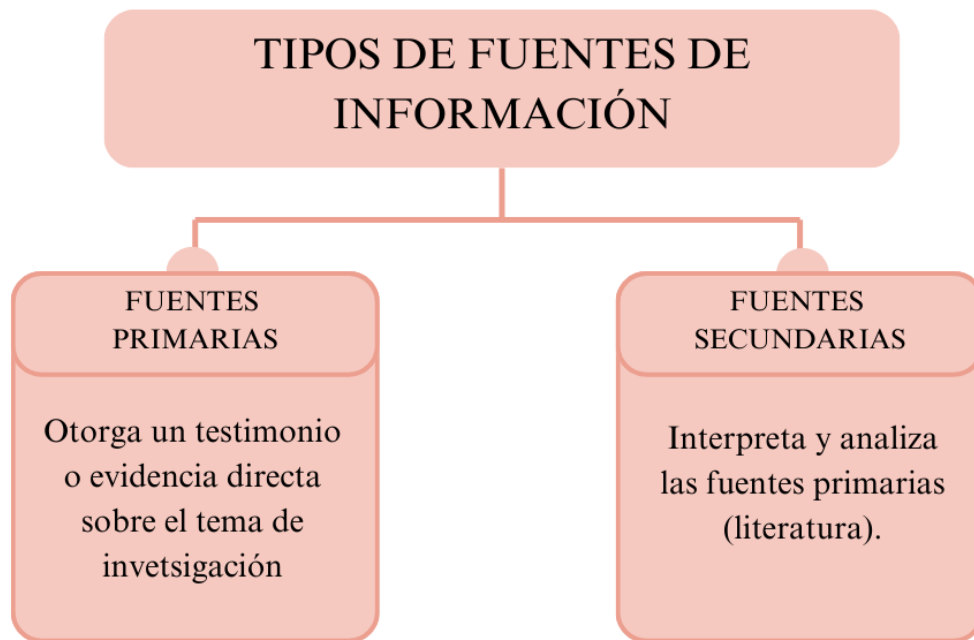
3.3 Fuentes de información

Las fuentes de información abarcan todos los recursos y medios de los cuales se obtiene información relevante. Estas fuentes son esenciales para satisfacer las necesidades de conocimiento relacionadas con una situación o problema específico que se está analizando (Miranda, 2009).

Al proporcionar datos y contextos adecuados, las fuentes de información permiten una mejor comprensión del tema en cuestión. Posteriormente, esta información recopilada se utilizará para alcanzar los objetivos establecidos en la investigación o en el proceso de toma de decisiones, facilitando así un enfoque más informado y efectivo para abordar los desafíos que se presenten. (Miranda, 2009)

Existen dos tipos de fuentes en la comunicación:

Figura 8. Tipos de fuentes de información



Fuente: Elaboración propia a partir de Universidad San Marcos, 2020.

Las fuentes primarias hacen referencia a todos los usuarios y acompañantes a quienes se les aplicó un instrumento de investigación. En este contexto, los datos se obtienen directamente de la población o de una muestra representativa de la misma. Estas fuentes proporcionan información original, que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido manipulada, interpretada o evaluada por otros. Se derivan de un proceso de investigación o de una actividad claramente creativa. (Miranda, 2009)

A su vez, las fuentes secundarias incluyen información primaria que ha sido sintetizada y reorganizada. Están específicamente diseñadas para facilitar y optimizar el acceso a las fuentes primarias o a su contenido. Se basan en datos previamente elaborados,

como los que se encuentran en anuarios estadísticos, en internet, en medios de comunicación, en bases de datos procesadas para otros propósitos, así como en artículos, documentos sobre enfermedades, libros, tesis e informes oficiales, entre otros. (Miranda, 2009)

3.4 Muestra o población

La población en una investigación está formada por todos los elementos como personas, objetos, organismos e historias clínicas, que están involucrados en el fenómeno que se ha definido y delimitado en el análisis del problema de investigación. Esta población es susceptible de ser estudiada, medida y cuantificada. Es fundamental que la población se delimite claramente en función de sus características de contenido, ubicación y período de tiempo. (Díaz, 2016)

Por su parte, una muestra es una porción de la población. Se puede definir como un subgrupo de la población o del universo. Para elegir la muestra, es necesario primero establecer claramente las características de la población (Díaz, 2016).

Durante la presente investigación, se utiliza una muestra infinita, la cual es definida por Moguel como “la parte cuando no se sabe el número exacto de unidades del que está compuesta la población” (Moguel, 2005, citado por URBE, 2012).

Utilizar una muestra infinita es beneficioso porque permite representar adecuadamente a una población extensa, lo que facilita la generalización de los resultados. Este enfoque también reduce costos y tiempo, ya que no es necesario encuestar a toda la población.

Además, ofrece flexibilidad en la recolección de datos, permitiendo ajustes a medida que avanza la investigación. Con una muestra infinita, se pueden aplicar técnicas estadísticas

más complejas, lo que ayuda a interpretar mejor los datos. También permite captar una mayor variabilidad entre los participantes, esencial para comprender fenómenos complejos. En conjunto, esto mejora la calidad y la profundidad del análisis en la investigación.

3.5 Instrumentos de investigación

Los instrumentos de investigación son herramientas fundamentales en el proceso de recolección de datos y obtención de información. Se utilizan en diversos campos, como la ciencia, la medicina, la psicología y la sociología, entre otros. Su objetivo principal es facilitar a los investigadores una comprensión más detallada y precisa de su tema de estudio. Uno de los usos más importantes de estos instrumentos es la recolección de información de una población o grupo específico. (Medina, et al., 2023)

Olivos define las técnicas e instrumentos de investigación como los procedimientos o formas de obtener los datos del tema en estudio. Se apoya en las herramientas para recopilar, organizar, analizar, examinar y presentar la información encontrada (Olivos, 2023).

Al llevar a cabo un trabajo de investigación, es fundamental tener en cuenta los métodos, técnicas e instrumentos, ya que son elementos que garantizan la validez empírica del estudio. El método representa la dirección a seguir en la investigación, mientras que las técnicas son el conjunto de herramientas utilizadas para implementar dicho método. Por su parte, los instrumentos son los recursos o medios que facilitan la ejecución de la investigación. (Hernández, 2020)

Además, la utilización de técnicas para la recolección de información es una etapa crucial donde se analizan y transforman los datos con el fin de extraer información valiosa, lo que contribuye a las conclusiones y a la toma de decisiones (Hernández, 2020).

Para objeto del presente trabajo, se aplicarán los instrumentos análisis de contenido, entrevista y encuesta, las cuales se definirán posteriormente.

3.5.1 Análisis de Contenido

El análisis de contenido es una técnica que facilita la investigación del contenido de las comunicaciones, clasificando en categorías los elementos o mensajes evidentes de dichas comunicaciones (Aigeneren, 2008).

Una definición ampliamente aceptada, aunque algo general, es la propuesta por Berelson, quien comenta: “el análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (Berelson, 1992, citado por Aigeneren, 2008).

El Análisis de contenido es una técnica utilizada para examinar datos recogidos de diversas fuentes, principalmente en forma de textos o imágenes. Estos documentos pueden ser de tipos variados, como materiales de archivo, textos literarios, informes, noticias, comentarios sobre situaciones específicas, diarios, autobiografías, artículos seleccionados mediante revisión de la literatura, transcripciones de entrevistas, textos solicitados sobre temas determinados, notas de campo, entre otros. De igual manera, la naturaleza de las imágenes puede ser diversa, abarcando fotografías, películas, ilustraciones de libros, entre otros formatos. (Costa, 2024)

Por su parte, Ruiz define el análisis de contenido como un enfoque utilizado en las ciencias sociales para identificar los elementos presentes en los productos sociales que crean los actores a través de su interacción con el entorno (Ruiz, 2021).

Durante el análisis de este escrito, se tomarán en cuenta cuatro noticias por cada medio de comunicación (Ojo al Clima, Portal de la Investigación, Semanario Universidad), a lo largo de un periodo de tiempo del 2021 al 2024.

Utilizar el análisis de contenido permite examinar de manera sistemática y objetiva cómo se presentan los temas bajo investigación. Esta técnica facilita la identificación de patrones, tendencias y enfoques en la cobertura mediática, revelando posibles sesgos, omisiones o enfatizaciones en la información.

Al clasificar y categorizar los diferentes elementos del contenido, se logra obtener una visión clara de cómo se construye la narrativa en torno al cambio climático, lo que contribuye a comprender mejor su impacto en la percepción pública. Además, el análisis de contenido permite comparar distintos medios y formatos, lo que enriquece el estudio y proporciona un marco más completo para abordar este tema crucial.

En este apartado se expone la manera en la que se analizan las noticias para comprender los lenguajes de comunicación usados por cada medio, la frecuencia de publicación en el periodo de tiempo estudiado, la importancia que cada medio le brinda a las publicaciones relacionadas al cambio climático y el impacto de las fotografías en las mismas, además de analizar la percepción del público a las noticias de esta índole.

3.5.2 Entrevista

La entrevista es una técnica que el investigador utiliza para obtener información de manera oral y personalizada. Esta información se centra en experiencias vividas y aspectos subjetivos de la persona, como creencias, actitudes, opiniones o valores, en relación con la situación que se está investigando (Murillo, 2013).

Meneses comenta que la entrevista es, sin duda, uno de los principales instrumentos en la investigación cualitativa, junto con la observación y el análisis de contenido. Para comprender, conceptualizar y llevar a cabo entrevistas cualitativas, es necesario revisar las perspectivas paradigmáticas de este tipo de investigación (Meneses, 2011).

Existen distintos tipos de entrevistas, pero todas comparten la característica de un intercambio de ideas, opiniones o información. La entrevista es un método de recopilación de datos con un enfoque cualitativo, ya que se enfoca en la experiencia personal de quien es entrevistado (Universidad Europea, 2023).

En las entrevistas se pueden identificar dos roles principales: el entrevistador y el entrevistado. El primero es quien guía la entrevista y formula las preguntas, mientras que el entrevistado es quien, generalmente de forma voluntaria, se somete al cuestionamiento del entrevistador. En comparación con otros métodos de investigación primaria, las entrevistas suelen tener una tasa de respuesta elevada y proporcionan resultados confiables. (Universidad Europea, 2023)

En este escrito se utilizarán fuentes de los medios de comunicación bajo estudio, para obtener información en las entrevistas brindada por expertos en el área y difusión de información relacionada al cambio climático.

Tabla 1: tabla de fuentes

TABLA DE FUENTES

MEDIO DE COMUNICACIÓN	RELEVANCIA	ENTREVISTADO
Ojo al Clima	Periodista	Michelle Soto Méndez
Ojo al Clima	Periodista	Mario Fernández Calderón
Portal de la Investigación	Periodista	Melvin Lizano Araya
Semanario Universidad	Fotoperiodista	Fabián Hernández Mena
Semanario Universidad	Periodista	Vinicio Chacón Soto
Semanario Universidad	Periodista	Fabián Hernández Mena

El uso de la entrevista es de importancia durante este trabajo debido a que permite obtener información profunda y contextualizada directamente de los actores involucrados. A través de entrevistas, se logran explorar las percepciones, experiencias y motivaciones de periodistas o expertos, lo que brinda una perspectiva valiosa sobre cómo se toman decisiones en la producción de contenido.

Además, las entrevistas permiten abordar aspectos cualitativos que pueden no capturarse mediante métodos cuantitativos, como las dinámicas de trabajo en redacción y las influencias externas. Esto enriquece el análisis, proporcionando una comprensión más completa de las prácticas mediáticas y su relación con la audiencia.

3.5.3 Encuesta

En las ciencias sociales, la encuesta es una técnica ampliamente empleada, tanto en investigaciones académicas como en la planificación orientada a la acción, y también sirve como herramienta para el análisis de diversos eventos sociales (Falcón, et al., 2019).

Según García una encuesta es una investigación realizada sobre una muestra representativa de un grupo más amplio, llevada a cabo en el contexto de la vida diaria y utilizando métodos estandarizados de interrogación. Su objetivo es obtener mediciones cuantitativas de diversas características tanto objetivas como subjetivas de la población (García, 1993, citado por Chiner, 2011).

Este método puede aplicarse de manera esporádica y puntual para evaluar la opinión pública sobre temas de interés. A través de encuestas, es posible conocer opiniones, actitudes, creencias, intenciones de voto, hábitos sexuales, condiciones de vida, entre otros aspectos (Chiner, 2011).

Una encuesta es un método de investigación cuantitativa que consiste en entrevistar a un grupo de personas mediante un cuestionario para recopilar sus opiniones, hábitos, actitudes y perspectivas en general. La principal ventaja de las encuestas es que, al realizar entrevistas a un grupo relativamente pequeño, sus resultados pueden generalizarse a la población que representan. (Fernández, 2023)

Las encuestas permiten obtener información valiosa para tomar decisiones basadas en un conocimiento detallado de las opiniones de los entrevistados, lo que a su vez refleja las actitudes de la población en su conjunto (Fernández, 2023).

Para efecto de esta tesis, la encuesta aporta agilidad para recopilar datos directamente de un grupo específico de personas, lo que facilita la obtención de información relevante y actualizada sobre opiniones y comportamientos. Este método permite alcanzar a una muestra representativa de la población, lo que ayuda a asegurar que los resultados sean generalizables y reflejen las perspectivas de un colectivo más amplio.

Otra ventaja de la encuesta es que ofrece la posibilidad de obtener datos cuantitativos, lo que permite un análisis estadístico riguroso. Esto es particularmente útil para identificar patrones y tendencias en las respuestas, lo que puede proporcionar una base sólida para las conclusiones de la tesis.

Asimismo, el uso de encuestas puede complementar otros métodos de investigación, como entrevistas o análisis de contenido, enriqueciendo el estudio y aportando una perspectiva más completa sobre el tema en investigación. Las encuestas son una herramienta eficaz para obtener información valiosa y estructurada, lo que las convierte en un recurso valioso en el desarrollo del presente trabajo.

Para la encuesta se tomará en cuenta únicamente un sector de la población con determinadas características, para así asegurar un bajo margen de error y un alto nivel de confianza en los resultados de esta. Desde un enfoque estadístico, el margen de error se refiere al error de muestreo aleatorio que se genera al llevar a cabo una encuesta. Este término es clave en la investigación de mercados, ya que determina el nivel de confianza en los resultados obtenidos. Un mayor margen de error conlleva una menor confianza en los hallazgos y viceversa. (Muguria, 2024)

Antes de iniciar cualquier investigación, es esencial definir adecuadamente la población. El margen de error puede resultar significativo si la población no se delimita correctamente o si los procedimientos de selección no se aplican de manera adecuada (Muguria, 2024). En este escrito, se utilizará una muestra de la población de 200 personas.

Por su parte, el nivel de confianza, desde un enfoque estadístico, representa la máxima probabilidad de que un valor estimado se encuentre dentro de un intervalo determinado. Por ejemplo, si se establece un nivel de confianza del 95%, esto implica que hay un 95% de probabilidad de que el valor real esté dentro del rango que se ha calculado (Marco, 2024).

Para evaluar la percepción del público sobre el cambio climático y los medios de comunicación, durante el escrito se lleva a cabo una encuesta compuesta por 13 preguntas, dirigida a una muestra aleatoria. La encuesta se administró a través de la plataforma "Google Forms" y fue distribuida mediante redes sociales como "WhatsApp" e "Instagram", obteniendo un total de 205 respuestas. Los resultados fueron recolectados con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 7%, lo que refleja una alta fiabilidad en los datos obtenidos.

3.6 Cuadro de operacionalización

Objetivo específico	Variable	Indicador	Pregunta	Instrumento
<p>Describir los lenguajes de comunicación o géneros periodísticos que utilizan los medios de comunicación “Semanario Universidad”, “Ojo al Clima” y “Portal de la Investigación” en los temas relacionados al cambio climático.</p>	<p>Desarrollo de la información</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Forma - Valoración de la información - Tipo de palabras - Emoción - Percepción - Cobertura - Tipo de género periodístico 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo determina el tono y el enfoque de sus artículos sobre el cambio climático? ¿Utiliza estrategias específicas para captar la atención del público? 2. ¿Cómo decide qué aspectos del cambio climático son más relevantes o urgentes para cubrir en sus reportajes? 3. En su experiencia, ¿qué estrategias de comunicación han demostrado ser más efectivas para movilizar a la audiencia hacia la acción en temas de cambio climático? 	<p>Entrevista a profundidad.</p> <p>Análisis documental.</p>

<p>Caracterizar la frecuencia en la que los medios de comunicación “Semanao Universidad”, “Ojo al Clima” y “Portal de la Investigación” tratan temas relacionados al cambio climático en el periodo de tiempo del 2021 al 2024.</p>	<p>Estrategia de elección</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Cantidad - Frecuencia - Valoración de las imágenes - Emoción - Elección de imagen - Criterio 	<p>1. ¿Con qué frecuencia aborda temas relacionados con el cambio climático en sus artículos o reportajes?</p>	<p>Entrevista Análisis documental.</p>
<p>Identificar la importancia y estrategias para utilizar fotografías periodísticas en noticias o reportajes de los medios de comunicación “Semanao Universidad”, “Ojo</p>	<p>Frecuencia de publicación</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Cantidad - Frecuencia - Relevancia - Cobertura - Forma 	<p>1. En su opinión, ¿cuál es la relevancia del fotoperiodismo en la cobertura de noticias sobre cambio climático?</p> <p>2. ¿Qué criterios utiliza para seleccionar las imágenes que acompañan a sus reportajes sobre cambio climático?</p>	<p>Entrevista Análisis documental.</p>

<p>al Clima” y “Portal de la Investigación” relacionados al cambio climático.</p>				
<p>Analizar la percepción del consumidor de noticias de cambio climático en los portales “Semanao Universidad”, “Ojo al Clima” y “Portal de la Investigación” en el periodo de tiempo del 2021 al 2024.</p>			<p>1. ¿Ha notado cambios en la percepción del público hacia el cambio climático en los últimos años? Si es así, ¿cuáles?</p>	

4. Análisis de los Resultados

En este capítulo se observan los resultados de los instrumentos utilizados para la tesis. A través de la combinación de diferentes herramientas metodológicas entrevistas a expertos, encuestas a la audiencia y un análisis exhaustivo de noticias y documentos se busca comprender cómo estos medios abordan la problemática del cambio climático y qué estrategias emplean para comunicar este fenómeno a su público.

Este capítulo se centra en interpretar los datos recolectados, identificando patrones y tendencias en los enfoques informativos, así como en la utilización de recursos visuales en el fotoperiodismo, y analizando su efectividad en términos de divulgación, sensibilización y educación. Asimismo, se examinarán las respuestas de los participantes en la encuesta y las percepciones de los expertos entrevistados para evaluar cómo los contenidos presentados en estos medios impactan en la comprensión y conciencia sobre el cambio climático en Costa Rica.

4.1 Análisis de Contenido

Durante el análisis se observaron 12 publicaciones en total, cuatro de cada medio en estudio. El análisis de contenido es ideal para comparar la frecuencia de publicación, las estrategias de comunicación, la percepción del público y la importancia que le otorga cada medio al tema.

Al analizar la cantidad y distribución de los artículos, se puede observar cómo cada medio maneja la periodicidad de sus publicaciones. También permite identificar las estrategias de comunicación, como el enfoque informativo o analítico de cada medio y la percepción del público a las mismas. Además, se puede evaluar la relevancia de los temas,

observando aspectos como el espacio que ocupan en las publicaciones y el tratamiento que reciben.

En este apartado se observan las publicaciones de cada medio con su respectivo análisis, con el fin de evidenciar lo propuesto en los objetivos de este trabajo.

4.1.1 Análisis de Ojo al Clima

Publicación 1. Planeta está sufriendo una triple crisis de pérdida de biodiversidad, cambio climático y contaminación

Tabla 2. Publicación de cambio climático Ojo al Clima 1

Publicación	Lenguaje	Enfoque	Género	Foto
https://ojoalclima.com/articulos/planeta-esta-sufriendo-una-triple-crisis-de-perdida-de-biodiversidad-cambio-climatico-y-contaminacion	<p>La noticia utiliza un lenguaje informativo, en pasado ya que hablan de eventos que ya acontecieron y con verbos activos al</p>	<p>La nota contiene un enfoque dirigido a informar la “creación de un nuevo marco mundial en materia de biodiversidad” y del</p>	<p>El género de esta publicación es completamente informativo.</p>	

	estar seguros de lo que el sujeto realizó.	contenido del borrador publicado en ese momento.		
--	--	---	--	--

La noticia publicada el 31 de octubre del 2021, aborda cómo los países miembros del Convenio de Diversidad Biológica se reunieron virtualmente del 11 al 15 de octubre para discutir la creación de un nuevo marco global para la biodiversidad, con el objetivo de cumplir las metas que no se lograron en marcos anteriores. Se subrayó la importancia de la biodiversidad no solo para la salud y el bienestar, sino también para el crecimiento económico y la adaptación al cambio climático.

Se emplea un estilo y género informativo y utiliza el tiempo pasado, al informar sobre hechos que ya ocurrieron. Los verbos están en voz activa, lo que refleja una confianza en las acciones realizadas por los sujetos mencionados. Se enfoca en proporcionar información sobre la formación de un nuevo marco global para la biodiversidad, destacando también los detalles del borrador que fue publicado en ese período.

Por otro lado, el lenguaje utilizado es directo y preciso, indicando que los eventos descritos han tenido lugar y que se han logrado resultados concretos. Esto genera una sensación de certeza y claridad respecto a los temas tratados. Se destaca el género informativo utilizado en el escrito; sin embargo, la fotografía utilizada para acompañar la noticia refleja

mucho que desear, al ser simple y no directamente relacionada con la información compartida.

Publicación 2. El cambio climático podría llevar a una disminución de Omega 3 relacionada con el aumento de la temperatura

Tabla 3. Publicación de cambio climático Ojo al Clima 2

Publicación	Lenguaje	Enfoque	Género	Foto
<p>https://ojoalclima.com/articulos/el-cambio-climatico-podria-llevar-a-una-disminucion-de-omega-3-relacionada-con-el-aumento-de-la-temperatura</p>	<p>La noticia utiliza un lenguaje informativo, en pasado ya que hablan de eventos que ya ocurrieron y con verbos activos al estar seguros de lo que el sujeto realizó.</p>	<p>La nota contiene un enfoque dirigido a informar la disminución de Omega 3 en el océano, de las investigaciones realizadas para llegar a dicha conclusión y la importancia del Omega 3</p>	<p>El género de esta publicación es completamente informativo.</p>	 <p>El cambio climático podría llevar a una disminución de Omega 3 relacionada con el aumento de la temperatura</p>

		para el ser humano.		
--	--	---------------------	--	--

La publicación realizada el 7 de julio del año 2022, titulada “El cambio climático podría llevar a una disminución de Omega 3 relacionada con el aumento de la temperatura” informa sobre la investigación realizada por el Instituto Oceanográfico Woods Hole, en el cual se predice la disminución de Omega 3 debido a la afectación del plancton por consecuencias del cambio climático y se resalta la importancia que estos ácidos para el ser humano.

Durante la nota se utiliza lenguaje y género informativo, además se caracteriza por el uso del tiempo pasado, dado que se refiere a eventos que ya han tenido lugar. Al hablar de acciones y decisiones que se tomaron en el pasado, el texto muestra una estructura clara y objetiva, sin ambigüedades, lo que permite al lector comprender que los hechos ya se han concretado. La utilización de verbos en pasado refuerza esta idea de que se trata de sucesos ya ocurridos, y el uso de estos verbos en voz activa muestra confianza en las acciones llevadas a cabo por los sujetos involucrados.

El empleo de esta estructura verbal en voz activa no solo ayuda a transmitir seguridad sobre lo que se ha realizado, sino que también subraya la responsabilidad de los actores principales. Al ser un texto informativo, el autor busca comunicar de manera efectiva y directa, sin ambigüedades, los detalles de los eventos que se han desarrollado, demostrando claridad y firmeza en los hechos que se relatan. Esto hace que el contenido sea accesible y

comprensible para el lector, estableciendo un tono de certeza sobre las acciones y acuerdos alcanzados.

Se utiliza una fotografía que ilustra la muerte de varios peces, lo cual está relacionado al tema que se trata durante la nota.

Publicación 3. Cambio climático y guerras: enemigos inseparables que amenazan a nuestro planeta

Tabla 4. Publicación de cambio climático Ojo al Clima 3

Publicación	Lenguaje	Enfoque	Género	Foto
https://ojoalclima.com/articulos/cambio-climatico-y-guerras-enemigos-inseparables-que-amenazan-a-nuestro-planeta	<p>El artículo utiliza un lenguaje interpretativo, en presente, ya que expone la problemática actual de no asociar el cambio climático</p>	<p>Contiene un enfoque dirigido a crear conciencia sobre las afectaciones ambientales que generan los conflictos armados, exponiendo ejemplos de</p>	<p>El género de esta publicación es completamente interpretativo.</p>	 <p>Cambio climático y guerras: enemigos inseparables que amenazan a nuestro planeta</p>

	como efecto de las guerras y con verbos activos al asegurar eventos que han pasado en el mundo.	desastres ocasionados por la guerra y la poca importancia que los gobiernos le dan al tema.		
--	---	--	--	--

El artículo publicado el 6 de agosto del 2023, resalta la evidente relación que tienen los conflictos armados con las afectaciones ambientales que ocurren por años después de ser destruidos en las guerras. Es un escrito realizado por una estudiante de biología como parte de un proyecto, dirigido a crear conciencia en los lectores.

La publicación aplica un lenguaje, al igual que un género, interpretativo, utilizando el tiempo presente para abordar la problemática vigente de no reconocer la relación entre el cambio climático y los conflictos bélicos. Se expone cómo esta falta de conexión afecta la comprensión de los impactos ambientales y la falta de acciones para mitigar sus consecuencias.

Además, el texto emplea verbos activos para afirmar hechos que han ocurrido en el mundo, transmitiendo veracidad en las situaciones mencionadas. Esta forma de redacción

refuerza la idea de que los eventos presentados han tenido lugar y están claramente ligados a la discusión sobre la crisis climática, subrayando su relevancia en el contexto actual.

Su enfoque es generar conciencia sobre los daños ambientales provocados por los conflictos armados, presentando ejemplos de desastres ecológicos causados por la guerra y destacando la falta de atención que los gobiernos prestan a este problema; por otro lado, la imagen utilizada refleja los daños estructurales causados por la guerra, sin embargo, no destaca daños ambientales.

Publicación 4. El cambio climático ha causado daños por 41.000 millones de dólares en apenas 6 meses

Tabla 5. Publicación de cambio climático Ojo al Clima 4

Publicación	Lenguaje	Enfoque	Género	Foto
https://ojoalclima.com/articulos/el-cambio-climatico-ha-causado-danos-por-41-000-millones-de-dolares-en- apenas-6-meses	<p>La publicación utiliza un lenguaje informativo, en presente, ya que expone la problemática actual de los</p>	<p>Contiene un enfoque dirigido a informar sobre los daños estructurales y ambientales que han causado los eventos</p>	<p>El género de esta publicación es completamente informativo.</p>	

	daños económicos causados por el cambio climático y con verbos activos al estar seguros de lo que fue realizado por los autores mencionados .	extremos relacionados con el cambio climático, además de informar las consecuencias humanas que se sufren a raíz de estos.		
--	---	--	--	--

La noticia publicada el 1 de julio del 2024, adopta un enfoque informativo y utiliza el tiempo presente para abordar la problemática actual de los daños económicos que ha ocasionado el cambio climático. Al centrarse en este tema, expone las consecuencias inmediatas y las implicaciones a largo plazo de estos efectos, destacando su relevancia en el contexto económico global.

Asimismo, el texto emplea verbos activos para afirmar con certeza las acciones llevadas a cabo por los autores mencionados, mostrando confianza en los resultados y conclusiones presentadas. Esto refuerza la idea de que las afirmaciones realizadas son basadas en hechos y estudios concretos, lo que otorga al artículo una sensación de seguridad y autoridad en el tratamiento del tema.

Por su parte, se enfoca en proporcionar información sobre los daños estructurales y ambientales provocados por los eventos extremos vinculados al cambio climático, así como en detallar las consecuencias humanas derivadas de dichos eventos. La publicación pertenece a un género informativo y la imagen utilizada muestra algunos de los daños mencionados en el escrito.

Frecuencia de publicación de Ojo al Clima del 2021-2024

Figura 9. Frecuencia de publicación Ojo al Clima 2021



El medio de comunicación Ojo al Clima realizó únicamente 1 publicación en los meses enero, febrero, marzo, mayo, agosto, septiembre, noviembre y diciembre, en los meses abril, julio y octubre se hicieron 2 publicaciones y en junio se realizaron 5 en el año 2021.

Figura 10. Frecuencia de publicación Ojo al Clima 2022



Se realizó 1 publicación en los meses, enero, marzo, mayo, julio, octubre y noviembre, 2 publicaciones en agosto y 3 en febrero y abril, dejando los meses junio, septiembre y diciembre sin publicaciones durante el año 2022.

Figura 11. Frecuencia de publicación Ojo al Clima 2023



En el 2023 Ojo al Clima realizó 1 publicación en los meses marzo, mayo, junio y julio, 2 en enero y octubre y 3 en el mes de febrero y agosto; por otro lado, no realizaron publicaciones en los meses de abril, septiembre y diciembre.

Figura 12. Frecuencia de publicación Ojo al Clima 2024




Ojo al Clima no realizó ninguna publicación en los meses febrero y octubre, hasta el momento de este escrito no se han visto de noviembre y diciembre; no obstante, se realizó 1 publicación en mayo y junio, 2 en enero, marzo, abril y septiembre y 3 en julio y agosto.

4.1.2. Análisis de Portal de la Investigación

Publicación 1. ONU advierte que la crisis climática se acelera tras pandemia

Tabla 6. Publicación de cambio climático Portal de la Investigación 1

Publicación	Lenguaje	Enfoque	Género	Foto
https://vinv.ucr.ac.cr/es/noticias/onu-advierte-que-la-crisis-climatica-se-acelera-tras-pandemia	<p>La nota utiliza un lenguaje informativo, en presente, ya que expone la crisis climática que se comenzó a vivir tras la pandemia y con verbos activos al estar seguros</p>	<p>Imparte un enfoque dirigido a informar sobre la falsa mejora ecológica tras la pandemia, expone como la ONU y otras organizaciones investigaron el corto avance que se produjo en 2020 durante</p>	<p>El género de esta publicación es completamente informativo.</p>	

	de lo que fue realizado por los sujetos implicados.	pandemia y explica que no será a largo plazo.		
--	---	---	--	--

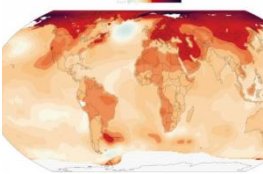
Este artículo publicado el 21 de setiembre del 2021 expone la realidad ambiental que se comenzó a vivir tras la pandemia, informa sobre la oportunidad que se tuvo de corregir el destino ecológico de la tierra con ayuda de la reducción de emisiones de dióxido de carbono; sin embargo, comparte la realidad de los informes publicados, los cuales determinaron que para el año 2021 las emisiones volvieron a ser las mismas que antes de pandemia.

Se emplea un lenguaje informativo en tiempo presente a lo largo del escrito, con el fin de describir la crisis climática que surgió después de la pandemia. Utiliza verbos activos para expresar con certeza los informes llevados a cabo por los sujetos involucrados, mostrando seguridad en los eventos narrados.

El enfoque de la publicación se centra en informar sobre la aparente mejora ecológica que se observó tras la pandemia, detallando cómo la ONU y otras organizaciones analizaron el limitado progreso logrado en 2020 durante la pandemia, y aclarando que estos avances no serán sostenibles a largo plazo. La noticia es de un género informativo y la imagen utilizada es hecha por computadora, ilustrando un mundo en pandemia.

Publicación 2. Equipo científico calcula en qué año el calor será ‘insoportable’ para casi todo el planeta

Tabla 7. Publicación de cambio climático Portal de la Investigación 2

Publicación	Lenguaje	Enfoque	Género	Foto
<p>https://vinv.ucr.ac.cr/es/noticias/equipo-cientifico-calcula-en-que-ano-el-calor-sera-insoportable-para-casi-todo-el-planeta</p>	<p>La nota utiliza un lenguaje informativo, en presente, ya que expone los resultados de un estudio realizado por las universidades de Washington y Harvard, que calculan las consecuencias de las olas de calor pueden ser mortales, además usa verbos activos al estar seguros de lo que fue realizado por los sujetos implicados.</p>	<p>Utiliza un enfoque dirigido a informar sobre los efectos del cambio climático, particularmente las olas de calor que ya han dejado víctimas mortales en distintas partes del mundo, además de exponer los resultados de un estudio realizado por las universidades de Washington</p>	<p>El género de esta publicación es completamente informativo.</p>	

		<p>y Harvard, como lo son proyecciones a futuro, zonas en peligro de ser habitables y normas para reducir emisiones.</p>		
--	--	--	--	--

El escrito publicado el 30 de agosto del 2022, titulado “Equipo científico calcula en qué año el calor será ‘insostenible’ para casi todo el planeta” explica los resultados de un estudio realizado por universidades de Estados Unidos, que informan sobre las mortales olas de calor consecuencias del cambio climático.

La nota usa un lenguaje informativo en tiempo presente, debido a que presenta los resultados de un estudio llevado a cabo por las universidades de Washington y Harvard, que calculan que las olas de calor pueden tener consecuencias mortales; además, utiliza verbos activos para transmitir con certeza las acciones realizadas por los investigadores involucrados.

La publicación se enfoca en informar sobre los impactos del cambio climático, encuadrado especialmente en las olas de calor que ya han causado muertes en varias regiones del mundo. También presenta los resultados de un estudio realizado por las universidades

anteriormente mencionadas, incluyendo proyecciones futuras, áreas que podrían volverse inhabitables y recomendaciones para reducir las emisiones.

Utiliza un género periodístico informativo y la imagen elegida demuestra zonas potencialmente peligrosas y o mortales debido a las fuertes olas de calor.

Publicación 3. Amplían investigación y cooperación científica sobre conservación marina entre Centroamérica y Francia

Tabla 8. Publicación de cambio climático Portal de la Investigación 3

Publicación	Lenguaje	Enfoque	Género	Foto
https://vinv.ucr.ac.cr/es/noticias/amplian-investigacion-y-cooperacion-cientifica-sobre-conservacion-marina-entre	<p>La noticia utiliza un lenguaje informativo, en pasado ya que hablan de una conferencia que ya tuvo lugar y con verbos activos al estar seguros de lo que el sujeto realizó.</p>	<p>Utiliza un enfoque dirigido a informar sobre las situaciones discutidas durante la conferencia dirigida a académicos, científicos y demás cargos relevantes para</p>	<p>El género de esta publicación es completamente informativo.</p>	

		<p>discutir los 3 temas principales:</p> <p>“Gobernanza y gestión marina y costera”,</p> <p>“Variabilidad climática y eventos extremos” y</p> <p>“Contaminación marino-costera e impactos”</p>		
--	--	--	--	--

Durante esta noticia publicada el 15 de junio del año 2023, se abarca lo conversado en una conferencia dirigida a exponer problemáticas como la contaminación y el cambio climático, el daño de áreas marinas protegidas consecuencia de lo mismo, el aumento del nivel del mar, se compartieron detalles de organización para una mejoría en la investigación centroamericana con referentes de centros de investigación en Francia y se reveló que Costa Rica y Francia participarán como coanfitriones en la Conferencia Mundial de los Océanos 2025.


En la publicación se utiliza un lenguaje informativo en tiempo pasado, al referirse a una conferencia que ya se llevó a cabo. Al utilizar este tiempo verbal, se subraya que los

eventos mencionados han ocurrido, lo que da un sentido de certeza y objetividad al relato. Además, se utilizan verbos activos para indicar con seguridad las acciones realizadas por los participantes en la conferencia. Este uso de verbos en voz activa refuerza la confianza en los hechos descritos y contribuye a una comunicación clara y directa de lo sucedido.

Su enfoque está orientado a informar sobre los temas que se trataron en la conferencia, la cual estuvo dirigida a académicos, científicos y otros actores clave. Durante el evento, se abordaron tres temas principales: "Gobernanza y gestión marina y costera", "Variabilidad climática y eventos extremos", y "Contaminación marino-costera e impactos". Se emplea el género informativo y aparecen 3 imágenes que exponen los participantes de la conferencia.

Publicación 4. El año 2023 fue el más caliente con impacto particular en América Latina

Tabla 9. Publicación de cambio climático Portal de la Investigación 4

Publicación	Lenguaje	Enfoque	Género	Foto
https://vinv.ucr.ac.cr/es/noticias/el-ano-2023-fue-el-mas-caliente-con-impacto-particular-en-america-latina-0	La noticia utiliza un lenguaje informativo, en pasado ya que hablan de desastres naturales consecuencias del cambio	Utiliza un enfoque dirigido a informar sobre las distintas catástrofes ocurridas en el año 2023, las cuales lo	El género de esta publicación es completamente informativo.	

	climático que ya ocurrieron y con verbos activos al estar seguros de lo que sucedió.	convirtieron en el año más caliente jamás registrado en América Latina.		
--	--	--	--	--

La nota publicada el 8 de enero del 2024 relata cómo según diferentes investigaciones el año 2023 ha sido el más caluroso nunca antes registrado. Informa como se evidenciaba el fenómeno de El Niño con el aumento del nivel del mar, las sequías en distintas partes del mundo, pérdida de cultivos, incendios, olas de calor entre otros desastres ocasionados por el cambio climático.

Se emplea un lenguaje informativo en tiempo pasado, dado que se refiere a desastres naturales vinculados al cambio climático que ocurrieron anteriormente. Al usar este tiempo verbal, se subraya que los eventos mencionados son sucesos previos y consolidados, lo que otorga al relato un carácter objetivo y claro.

Asimismo, la noticia utiliza verbos activos para expresar con certeza las acciones y los impactos de estos desastres. Esta elección de verbos refuerza la seguridad de lo que realmente ocurrió y garantiza una comunicación precisa sobre los efectos de los fenómenos naturales.

El enfoque de la publicación está orientado a informar sobre diversas catástrofes que ocurrieron en 2023, un año que se convirtió en el más caluroso jamás registrado en América

Latina. Utiliza un género informativo y la elección de imagen refleja una de los desastres que se relatan.

Frecuencia de publicación Portal de La Investigación 2021-2024

Figura 13. Frecuencia de publicación Portal de la Investigación 2021



En el año 2021 Portal de la investigación realizó 1 publicación en enero y noviembre, 2 en octubre y 3 en septiembre, dejando los meses febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto y diciembre sin publicar.

Figura 14. Frecuencia de publicación Portal de la Investigación 2022



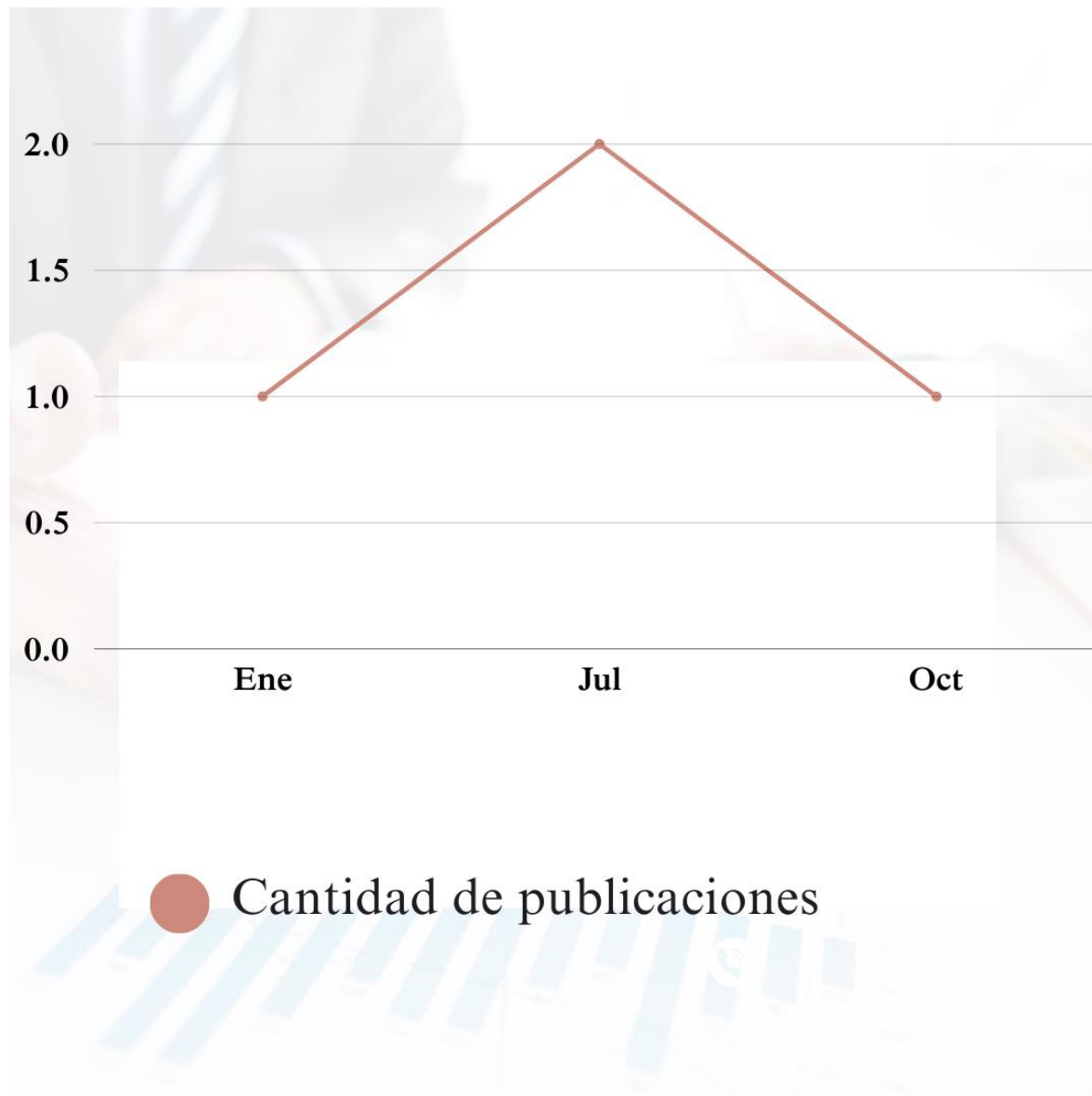
Portal de la Investigación publicó 1 nota durante los meses febrero, marzo, abril, julio y agosto y 2 publicaciones en octubre y noviembre; no obstante, ninguna en enero, mayo, julio, septiembre y diciembre de 2022.

Figura 15. Frecuencia de publicación Portal de la Investigación 2023



Se realizó 1 sola publicación en febrero, mayo, agosto y septiembre del 2023 y 2 en los meses de abril, junio y octubre. En enero, marzo, julio, noviembre y diciembre no se realizaron publicaciones por parte del medio.

Figura 16. Frecuencia de publicación Portal de la Investigación 2024




El medio Portal de la Investigación publicó 1 nota en enero y octubre del 2024, 2 en julio y el resto de los meses como febrero, marzo, abril, mayo, junio, agosto, septiembre no se realizaron publicaciones hasta la fecha de este escrito.

4.1.3. Análisis Semanario Universidad

Publicación 1. Al menos 68 muertes en Europa por temporal, la mayoría en Alemania

Tabla 10. Publicación de cambio climático Semanario Universidad 1

Publicación	Lenguaje	Enfoque	Género	Foto
https://semanariouniversidad.com/mundo/al-menos-68-muertes-en-europa-por-temporal-la-mayoria-en-alemania/	<p>La noticia utiliza un lenguaje informativo, en pasado ya que exponen la desastrosa situación que se vivió en Europa, principalmente en Alemania, por inundaciones masivas y con verbos activos al estar seguros de lo que sucedió.</p>	<p>Utiliza un enfoque dirigido a informar sobre las 68 pérdidas que dejaron las fuertes lluvias e inundaciones en Alemania y otras regiones del Europa, además de mencionar los desaparecidos, los daños estructurales sufridos a causa de este desastre natural y los</p>	<p>El género de esta publicación es completamente informativo.</p>	

		rescates situados después.		
--	--	----------------------------------	--	--

Esta publicación realizada el 15 de julio del 2021, informa que las fuertes lluvias y las inundaciones tomaron la vida de 68 personas en Europa, su mayoría en Alemania, además de los testimonios de muchas personas que sufrieron pérdidas a causa de este desastre y como el cambio climático es un actor principal en estos eventos.


Durante la redacción se emplea un lenguaje informativo en tiempo pasado, con el propósito de relatar la grave situación vivida en Europa, especialmente en Alemania, a causa de las inundaciones masivas, utilizando verbos activos que reflejan veracidad sobre los hechos ocurridos.

Su enfoque se basa en informar sobre las 68 personas fallecidas debido a las intensas lluvias e inundaciones en Alemania y otras áreas de Europa. También se mencionan los individuos desaparecidos y los daños estructurales significativos ocasionados por este desastre natural. Asimismo, se destacan las labores de rescate que se llevaron a cabo posteriormente, subrayando la magnitud de la tragedia y la respuesta de emergencia en las zonas afectadas. El relato proporciona detalles clave sobre las consecuencias del desastre.

Su autor utilizó el género informativo y la elección de imagen refleja las fuertes consecuencias de las inundaciones mencionadas en el escrito.

Publicación 2. Acueductos de Asada dañados por lluvias: “Hace 30 años no teníamos una afectación de este tipo”

Tabla 11. Publicación de cambio climático Semanario Universidad 2

Publicación	Lenguaje	Enfoque	Género	Foto
<p>https://semanariouniversidad.com/pais/acueductos-de-asadas-danados-por-lluvias-hace-30-anos-no-teniamos-una-afectacion-de-este-tipo/</p>	<p>La noticia utiliza un lenguaje informativo, en pasado ya que informa sobre los daños sufridos en las Asociaciones Administradoras de Sistemas de Acueductos y Alcantarillados Comunes (Asadas) y como no se han visto consecuencias tan extremas desde hace 30 años. Usa verbos activos al estar seguros de lo que sucedió.</p>	<p>Utiliza un enfoque dirigido a informar sobre los daños en las Asadas, como estos pueden ocasionar cortes de agua potable para las zonas dependientes de las mismas e informa sobre el llamado a las Asadas para crear un plan de prevención</p>	<p>El género de esta publicación es completamente informativo.</p>	

		de estas situaciones.		
--	--	--------------------------	--	--

La noticia publicada el 31 de octubre del año 2022, informa sobre los daños ocurridos en esta fecha en los acueductos y el impacto que tuvieron al no haberse registrado situaciones similares en 30 años. Además, se comenta como la Comisión Nacional de Emergencias realiza un llamado a las Asadas para diagnosticar problemas futuros que dejen sin agua a varias zonas.

Durante su redacción se utiliza un lenguaje informativo en tiempo pasado, que detalla los daños que sufrieron las Asociaciones Administradoras de Sistemas de Acueductos y Alcantarillados Comunes (Asadas) y señala que no se habían experimentado consecuencias tan graves en los últimos 30 años. Utiliza verbos activos para expresar certeza sobre los hechos ocurridos.

El enfoque de la noticia está orientado a informar sobre los daños en las Asadas y cómo estos pueden generar interrupciones en el suministro de agua potable para las áreas que dependen de ellas. También se menciona el llamado a las Asadas para desarrollar un plan de prevención frente a estos problemas. Se emplea un género periodístico informativo y la imagen utilizada, a pesar de no ser de buena calidad, ilustra los problemas de los acueductos, además, se implementó un video para mayor ilustración.

Publicación 3. Cambio Climático también agobia al Cono Sur con uno de los inviernos más calurosos de su historia

Tabla 12. Publicación de cambio climático Semanario Universidad 3

Publicación	Lenguaje	Enfoque	Género	Foto
<p>https://semanariouniversidad.com/mundo/cambio-climatico-tambien-agobia-al-cono-sur-con-uno-de-los-inviernos-mas-calurosos-de-su-historia/</p>	<p>La nota utiliza un lenguaje informativo, en presente y futuro, ya que expone las actuales problemáticas que enfrentas las mujeres al conseguir empleo y menciona como será de mayor dificultad con la crisis climática, además usa verbos activos al estar seguros de lo que fue investigado por</p>	<p>Utiliza un enfoque dirigido a informar sobre las fuertes consecuencias del cambio climático que se vivieron en regiones del cono sur como Chile, Argentina, Uruguay, Brasil y sus consecuencias en la agricultura.</p>	<p>El género de esta publicación es completamente informativo.</p>	

	los sujetos implicados.			
--	----------------------------	--	--	--

En esta nota publicada el 21 de septiembre del 2022, el autor relata las fuertes consecuencias sufridas en países del Cono Sur, como las olas de calor en Argentina, Uruguay y Chile, posteriores a lluvias torrenciales en algunas zonas, inundaciones provocadas por un ciclón, aumentos peligrosos de temperatura y como todo esto afecta a los cultivos.

El artículo revela un lenguaje informativo en tiempo pasado, ya que proporciona detalles sobre desastres naturales como lluvias torrenciales, olas de calor y fenómenos meteorológicos, entre otros que ya tuvieron lugar anteriormente. Utiliza verbos activos para transmitir certeza sobre los eventos ocurridos.

Su enfoque está orientado a informar sobre las severas repercusiones del cambio climático en regiones del cono sur, como Chile, Argentina, Uruguay y Brasil, y cómo estas han afectado a la agricultura en dichas áreas. La publicación encaja en un género informativo y la imagen elegida refleja contaminación aérea en zonas urbanas.

Publicación 4. Crisis climática impactaría con mayor fuerza a mujeres por sobreprestación en empleos poco demandados

Tabla 13. Publicación de cambio climático Semanario Universidad 4

Publicación	Lenguaje	Enfoque	Género	Foto

<p>https://semanariouniversidad.com/pais/crisis-climatica-impactaria-con-mayor-fuerza-a-mujeres-por-sobrerrepresentacion-en-empleos-poco-demandados/</p>	<p>La noticia utiliza un lenguaje informativo, en pasado ya que informa sobre desastres naturales como, lluvias torrenciales, olas de calor, fenómenos meteorológicos y demás. Usa verbos activos al estar seguros de lo que sucedió.</p>	<p>Utiliza un enfoque dirigido a informar sobre las problemáticas que tendrán las mujeres en un futuro para conseguir empleo ante la crisis climática, ya que la aparición de nuevos empleos no es suficiente para respaldar la desaparición de otros oficios, en comparación con las cifras de los hombres que van en ventaja.</p>	<p>El género de esta publicación es completamente informativo.</p>	
--	---	---	--	---

--	--	--	--	--

La publicación realizada el 30 de agosto del 2024, explica como la crisis climática podría llegar a afectar a mayor proporción los empleos de las mujeres, debido a que la transición para impulsar la descarbonización que se espera el mundo comience a aplicar, generará de manera desproporcional para las mujeres más de 1 millón de pérdidas de empleos, contra 4 millones nuevos, mientras que los hombre enfrentan una pérdida de 6 millones contra una ganancia de más de 18 millones de nuevos empleos dirigidos al género masculino.

Durante la nota se aplica un lenguaje informativo en tiempo pasado, ya que relata eventos como lluvias intensas, olas de calor, fenómenos meteorológicos y otros desastres naturales. Utiliza verbos en voz activa para expresar con certeza lo que ocurrió.

En consecuencia, se debe mencionar que adopta un enfoque que informa sobre las dificultades que enfrentarán las mujeres en el futuro para acceder a empleos debido a la crisis climática, ya que la creación de nuevos trabajos no compensa la pérdida de otros, especialmente cuando se comparan con las cifras favorables para los hombres.

El género utilizado es completamente informativo y la imagen presentada para acompañar el escrito muestra una persona trabajando en cultivos.

Frecuencia de publicación Semanario Universidad 2021-2024

Figura 17. Frecuencia de publicación Semanario Universidad 2021

Semanario Universidad publicó 1 única nota sobre el cambio climático durante los meses marzo, abril, junio, julio, agosto y septiembre del 2021, mientras que en noviembre del mismo año se realizaron 3 publicaciones, el resto del año no se hizo ninguna.

Figura 18. Frecuencia de publicación Semanario Universidad 2022

Durante el año 2022, Semanario Universidad publicó 1 nota en mayo, junio y septiembre, 2 en octubre y 3 en noviembre, dejando enero, febrero, marzo, abril, julio, agosto y diciembre sin publicaciones sobre el cambio climático.

Figura 19. Frecuencia de publicación Semanario Universidad 2023

Se realizó 1 publicación en junio del 2023, 2 en los meses enero, marzo, abril, septiembre y octubre y 4 publicaciones en mayo, mientras que febrero, julio, agosto, noviembre y diciembre no obtuvieron publicación.

Figura 20. Frecuencia de publicación Semanario Universidad 2024

Hasta el momento de este escrito, se ha realizado 1 publicación en los meses de enero, febrero, marzo y agosto del 2024, 2 publicaciones en junio y julio y 3 en abril, mayo y septiembre, ninguna publicación en octubre y los meses de noviembre y diciembre aún no se encuentran bajo estudio.

4.2 Entrevistas

Para el desarrollo de esta tesis, se llevaron a cabo diversas entrevistas con periodistas e investigadores que han trabajado directamente en el ámbito del cambio climático y su cobertura en medios digitales. El objetivo de estas entrevistas fue obtener una perspectiva profunda sobre el tratamiento informativo y las estrategias de fotoperiodismo empleadas en los portales Ojo al Clima, Portal de la Investigación y Semanario Universidad, durante el periodo comprendido entre 2021 y 2024.

A través de estas conversaciones, se buscó entender no solo los enfoques narrativos, sino también las estrategias utilizadas para comunicar la urgencia del cambio climático y sus implicaciones. Las entrevistas revelan las experiencias propias de cada periodista, investigador y fotoperiodista sobre los desafíos que enfrentan al informar sobre este tema.

Los medios de comunicación digitales se caracterizan por la inmediatez de la información, lo que significa que siempre están informando lo que pasa en la actualidad, periodistas como Vinicio Chacón Soto y Fabián Hernández Mena, quienes trabajan para Semanario Universidad, aseguran que los temas de más relevancia a cubrir en aspectos del cambio climático son aquellos que sean de carácter urgente.

“Supongo que lo más urgente siempre es el tema de eventos climáticos severos, tanto el aumento de las temperaturas como ahora el super huracán. Entonces, creo que eso es lo que en primera instancia nos hace llamar la atención al problema”, comentó Chacón Soto.

“Lo que se escogen son los temas que impactan, inundaciones, como cosas que palpen más lo que está pasando con el clima en el mundo”, afirma Fabián Hernández Mena.

Por otro lado, periodistas de Ojo al Clima indican que la relevancia de los temas está más relacionada a la proximidad del problema con el país, “cuando veo algo asociado a Costa Rica y que puede afectar a nivel de Cambio climático o biodiversidad, investigo un poco para proponer el tema a mi editora”, indicó Mario Fernández Calderón.

En cuanto a Portal de la Investigación, Melvin Lizano, docente investigador de la Escuela de Geografía de la Universidad de Costa Rica (UCR), comenta que “desde que empecé mi trabajo de maestría, de especialidad, estuvo dirigido hacia lo que fue la generación de escenarios ante el aumento del nivel del mar a Punta Arenas porque había en aquel momento, eso fue por ahí el 2010... hasta el presente hemos venido sistemáticamente trabajando en investigaciones que ayuden a los tomadores de decisiones a contar con información oportuna proyectada, digamos, a los horizontes 2030, 2050, 2070 y 2100”.

Cada medio de comunicación, periodista e investigador trabaja sus estrategias de comunicación de forma distinta, en el caso de Ojo al Clima, Michelle Soto Méndez, periodista de este medio, nos comenta que trabajan tres tipos de artículos, la noticia, los reportajes y/o entrevistas y los artículos de opinión: “estos son artículos generados por terceros (no necesariamente periodistas) y pasan por el ojo de la editora para comprobar su pertinencia con el tema climático y verificar que no se incluya en ninguna irregularidad o ilegalidad”.

Por su parte, Mario Fernández Calderón comenta “lo que yo hago es que me imagino que le estoy contando la nota a alguien que no sabe nada del tema mientras comemos, además trato de ir explicando poco a poco cada sección y poniendo primero lo que es necesario para que entiendan el resto de la nota”.

En Semanario Universidad, se guían por la agenda de interés público y el impacto que pueda generar la imagen en los lectores, además de contar con la estrategia de tener un medio adjunto dedicado exclusivamente a este tema (Ojo al Clima), Vinicio Chacón Soto indica que “usualmente el primer criterio que define el enfoque para cualquier nota y para cualquier agenda es el interés público... nosotros, siendo el Semanario, siempre buscamos dar un enfoque que vaya un paso más allá, es decir, no solo informar sobre un evento climatológico que está pasando, sino, bueno, le estoy hablando de nosotros como nosotros, Ojo al Clima tiene su manera de trabajar, pero nosotros siempre enfocándonos un poco en los modelos económicos que se han seguido, que definen ciertos tipos de explotación, de ciertos tipos de cosas, y que terminan incidiendo cada vez más directamente en el clima”.

Melvin Lizano comenta que, en el caso de Portal de la Investigación, cuando desean que un artículo tenga un mayor impacto y llegue a más personas, optan por enviar el documento a medios masivos con el fin de difundir la información a mayor escala.

“A nivel de estrategia, generalmente cuando surgen artículos de este nivel, lo mandamos, digamos, a los medios, los medios eventualmente son los que replican y eventualmente le dan la difusión, digamos, a los estudios, pero un poco esa evolución a nivel país, ¿verdad? Y que eventualmente también autoridades, digamos en este caso municipalidades o entes políticos que tengan que ver con la materia se interesen, nos busquen” Melvin Lizano, investigador de Portal de la Investigación.

Entre tantas estrategias utilizadas para llamar la atención, cabe la duda de cuáles de ellas muestran ser las más efectivas para movilizar a la audiencia al cambio, en la experiencia personal de Michelle Soto Méndez, las entrevistas, reportajes y las noticias son las vías que

les permiten explicar de mejor manera y con mayor profundidad las problemáticas del cambio climático; Sin embargo, Mario Fernández Calderón comenta que “algo que me parece que sirve mucho son los videos en redes sociales, es más sencillo que las personas pongan atención y les permite compartirlo, por lo que creo que les gusta más y les es más fácil de profundizar”.

Para Melvin Lizano funciona “específicamente cuando se hace el llamado a la comunidad, digamos, para hacer la evolución de los resultados de los estudios, eso generalmente es lo que “mejor pega o calza”, y coloca de ejemplos trabajos realizados en Tamarindo, Ojancha, Carmona, Puntarenas y Caldera, donde los habitantes de estos 5 núcleos poblacionales han proyectado una muy buena respuesta.

En consecuente, Fabián Hernández Mena asegura que al documentar a las personas de cambio que ya estén trabajando por una mejora, es más probable que los espectadores se unan a la acción “más allá de hacer fotos, qué sé yo, de incendios masivos o de inundaciones, creo que más que nada es mostrar como eso, a gente de cambio ya directamente. Hay gente que ya está haciendo lo que deberíamos hacer todos”.

En otra dirección, Vinicio Chacón Soto no logra ver el cambio en los lectores “aquí el tema es que yo soy un gran pesimista. Entonces de ahí yo no sé, porque, por ejemplo, agarremos el ejemplo ahora, este huracán enorme que está azotando la Florida, ya la Florida ha tenido un montón de incidentes en los últimos años, en Miami y todo, de que se inundan, se les mete el mar y aun así votan por un estúpido gobernador que lo niega. Entonces a mí me gustaría poderles contar eso. Yo no sé cómo convocar a la gente para que se mueva. Uno

le da la información y le dice, mira, desde hace 100 años se dijo que los hidrocarburos podían tener este problema y todo, y ahí seguimos”.

Otro punto relevante para tomar en cuenta en las publicaciones es la imagen que las acompaña “yo creo que es mucho más importante que el texto, porque es lo que demuestra las circunstancias de lo que está pasando, lo palpable, lo que ya está”, comenta Fabián Hernández Mena.

“La verdad es que el fotoperiodismo es relevante en la cobertura de todos los temas. El papel del fotoperiodismo en cambio climático tiene un reto muy grande porque muchos de los temas tienden a ser más conceptuales e incluso abstractos, entonces llevarlos a la imagen tiene una gran responsabilidad. El fotoperiodismo se debe ejercer con ética para evitar caer en el sensacionalismo o amarillismo” expresa Michelle Soto Méndez.

Se puede decir que todos los entrevistados coinciden en la gran importancia que tiene el fotoperiodismo en temas relacionados al cambio climático, por ejemplo, Vinicio Chacón Soto indica que “todo entra por los ojos y creo que puede ser muy impactante una foto de cuerpos de agua que se secaron, de cumbres nevadas, de montañas que también se secaron, de zonas áreas donde antes había cultivos, ese tipo de cosas por supuesto que impactan mucho”.

“Es trascendental, desde mi punto de vista o óptica, yo diría que es trascendental en el hecho de que, digamos, a través de lo que es imágenes, ¿verdad?, o a través de lo que es vivencias o captura de fotografías, etc. Exponen elementos que sumado a la nota periodística hacen entender a la gente que es lo que está sucediendo en otros entornos geográficos”, Melvin Lizano.

Una vez establecida la importancia del fotoperiodismo en temas del cambio climático, se debe ser cuidadoso con la elección de imágenes, ya que al demostrar tanto impacto deben ser seleccionadas de forma cautelosa y estratégica, “uno siempre prefiere usar fotos en que esté presente como el elemento humano, el factor humano, como las personas se están enfrentando a eso en diferentes lugares del mundo, pero al mismo tiempo se tiene que tener un equilibrio de que algunas imágenes puedan ser muy gráficas, que hay que respetar la dignidad de la gente”, comenta Vinicio Chacón Soto.

Por su parte, Michelle Soto Méndez afirma que, en Ojo al Clima, las imágenes deben ser siempre congruentes con los valores éticos del medio y aportar al texto publicado. Mientras que Mario Fernández Calderón asegura que le “gustan imágenes donde se muestre a los y las investigadores en acción, pero al mismo tiempo donde se pueda ver realmente como es que el cambio climático realmente está afectando al planeta”.

No obstante, otros entrevistados opinan que una imagen debe contar una historia, debe ir más allá de ser una simple fotografía explicativa “si el modelo me dice que en esta área se inunda, yo voy bajo el mismo escenario, la misma marea, y veo lo que sucede, tomo fotografía y es una evidencia que el modelo está respondiendo a la realidad y adicionalmente que la fotografía permita eventualmente trabajarla, o sea, hacer trazos sobre la fotografía para hacer, digamos, como un tipo de fotografía explicativa que le quede al lector como una información adicional, no solo como una foto como tal, ¿verdad?, sino que uno puede ir más allá del contexto y señalar elementos que son, digamos, que son prioritarios, para acompañar, digamos, la información científica”, explica Melvin Lizano.

Ahora bien, Fabián Hernández Mena, fotoperiodista, comenta que al no ser parte del proceso final de publicación y no poder elegir como tal la imagen que será publicada, realiza una selección personal de las fotografías que comparte a los periodistas, para asegurarse que todas las opciones sean de buena calidad.

Si bien se ha dejado en claro que la imagen que acompaña al texto es de suma importancia, no se le brinda el apoyo necesario a quienes se encargan de esta labor. Por ejemplo, Fabián Hernández Mena expresa como los fotoperiodistas no cuentan con los presupuestos indicados ni con el equipo de trabajo que les permita llevar la imagen más allá.

“La parte económica va más allá de lo complicado que puede ser documentar un huracán o una cosa, es la parte económica, es lo que más dentro de la logística es lo más complicado. No tener la posibilidad de tener un carro decente para entrar a un espacio así o tener la posibilidad de estar en un espacio, qué sé yo, de aquí, de irte a moverte al lugar y quedarte en el lugar”, Fabián Hernández Mena.

Otro punto importante es la responsabilidad ética que debe tener un fotoperiodista, Hernández Mena también comenta como en situaciones donde hay personas que lo han perdido todo o están pasando por alguna situación delicada, lo correcto es siempre ser respetuosos y directos sobre la razón por la cual se les está documentando.

“Es tener respeto por el otro, así como me gustaría que tuviera respeto a uno también. Entonces, como te digo, lo importante siempre es como hablar y ser claro en las circunstancias. No llegar y solo levantar la cámara y empezar a hacer fotos como loco. Ser paciente, salir en los momentos. Ser claro con las personas a las que estás fotografiando”, Fabián Hernández Mena.

En otra dirección, el fotoperiodismo, como cualquier herramienta de comunicación, se ha convertido en una situación masiva con los aportes de las redes sociales, por lo que Hernández Mena también asegura es importante reconocer el medio del que se recibe la información como uno de buena reputación y veracidad.

“Todo depende del medio donde uno publique, ¿verdad? Entonces, si el medio es serio, reconocido, es verdad que tienes validez impacta. Va a seguir siendo una herramienta importantísima para seguir contando historias”, Fabián Hernández Mena.

Continuando con otro tema, se debe mencionar la frecuencia con la que los medios en estudio y sus periodistas o investigadores trabajan temas de cambio climático, en el caso de Ojo al Clima, tanto Michelle Soto Méndez como Mario Fernández Calderón informan que la mayoría de sus publicaciones están dirigidas a este tema, “el 90% de mis artículos, sino es que más, están relacionados a cambio climático”, comenta Fernández Calderón.

Al contrario, en Semanario Universidad no se enfocan tanto en estos temas de cambio climático como tal, sino más en denuncias o situaciones que estén afectando a la población en ese momento, “sobre todo tienen que ver con denuncias de abusos o explotación ilegal, o iniciativas para, como me pasa ahora con el portal, poner rellenos sanitarios en medio de una montaña, cosas así”, indica Vinicio Chacón Soto.

Por su parte, Fabián Hernández Mena explica que “en el periódico nacional es donde se abordan como los temas más judiciales sobre los problemáticos del cambio climático. Entonces, o sea, es una cuestión más del día a día del trabajo, que se yo que alguien está tocando el tema de inundaciones, por lo que nos volvemos con ese tema, para eso es como

más impresionante. Entonces, puede haber semanas que sea la mayoría del trabajo o haber semanas que no toquemos el tema para nada”.

En Portal de la Investigación se trabaja constantemente en investigaciones dirigidas a enfoques específicos relacionados con causas y consecuencias del cambio climático, al ser un medio donde los investigadores de distintas escuelas publican artículos, cada uno maneja sus investigaciones a su ritmo, hasta contar con la información suficiente para publicar.

“Actualmente yo tengo dos investigaciones activas, que es una generación de escenarios de aumento del nivel del mar para siete costas... Y estamos trabajando también el tema de erosión costera en la costa pacífica del país, que está asociado también al cambio climático. Entonces, digamos, de los trece años que tengo en la universidad, prácticamente los trece años he estado inmerso dentro de lo que es la temática por estos proyectos de investigación”, indicia Melvin Lizano.

Finalmente, tras aclarar los puntos estratégicos para la publicación de noticias y artículos del cambio climático, se puede agregar la perspectiva de los entrevistados sobre los cambios vistos en la opinión pública con esta problemática. Michelle Soto Méndez analiza que “hay una mayor conciencia, pero también más personas evitan las noticias porque el tema les abruma y genera ansiedad”.

“Pues la gente cada vez se da cuenta del problema en el que estamos, sin embargo, también crece la parte que no cree que el cambio climático sea real y eso es algo muy preocupante, ya que combatir contra esos sesgos es complicado”, comenta Mario Fernández Calderón.

En consecuencia, Vinicio Chacón Soto percibe que en años anteriores las personas que negaban el cambio climático recibían más atención del público, pero que ahora se ha convertido en un tema más aceptado, " me parece percibir que, por ejemplo, hace unos años, todavía la gente que lo negaba tenía como, pues, uno sentía como que el público le daba un poco más de pelota. Me parece que ahora, quienes lo niegan es alguna gente por algún interés económico político, o por alguna afinidad ideológica rara”.

Melvin Lizano relata un ejemplo de una experiencia personal donde vio un cambio en la actitud y pensamientos de la población investigada, cuenta como en 2010 realizó un estudio en Puntarenas donde recibió muy mala recepción de los habitantes. Pero en 2018 al realizar otra investigación y presentarla a los vecinos del Cocal, Puntarenas, experimentó una buena respuesta y confirmación por parte de los locales sobre el problema expuesto.

Si bien se ha visto una mejoría en la recepción pública sobre temas relacionados al cambio climático, aún queda mucho camino por recorrer, según indica Fabián Hernández Mena, “falta todavía falta mucho, verdad. Porque hay muchos factores que, claro, alguien puede decir, ay, si estamos en el cambio climático, pero sale por allá que se lleva una película o un nuevo disco de alguien y ya se mitiga, verdad, se solapa el tema”.

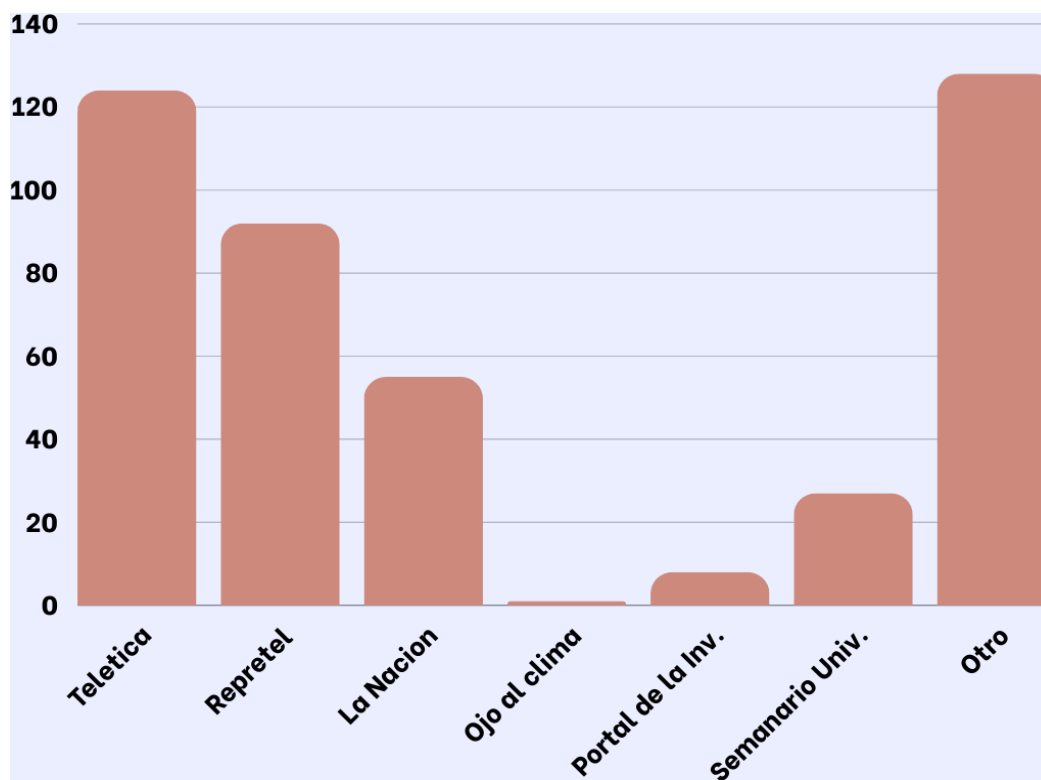
4.3 Encuesta

Con el fin de analizar la percepción del público en temas relacionados al cambio climático y a los medios de comunicación, se realizó una encuesta de 13 preguntas dirigidas a un público al azar, consiguiendo una muestra total de 205 respuestas.

La encuesta se realizó a través de la página web “Google Forms” y fue distribuida para su respuesta mediante redes sociales como WhatsApp e Instagram, se obtuvo respuesta por parte de los 205 participantes con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 7%, evidenciando un buen nivel de confianza en los resultados.

Los datos obtenidos mediante la encuesta se presentan mediante gráficos y figuras con el fin de exponer la percepción pública en el tema.

Figura 21. ¿Cuáles son los medios de comunicación que más frecuenta? Elija 3 opciones



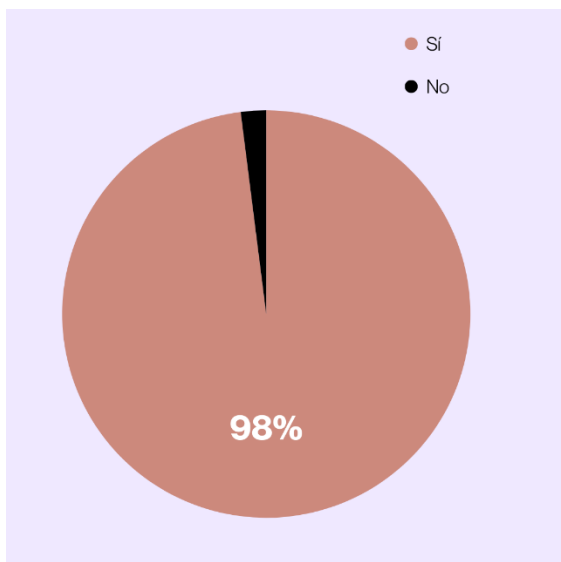
Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico se presenta la distribución de los medios de comunicación más frecuentados por los participantes de la encuesta. De acuerdo con los datos, Teletica es el medio más popular, ya que aparece repetidamente en casi todas las combinaciones de respuestas.

Por otro lado, Repretel y La Nación también se destacan como opciones comunes, siendo mencionadas en varias respuestas. La opción "Otro" también aparece con frecuencia en las respuestas, lo que podría indicar que algunos encuestados acceden a medios fuera de los tradicionales, como plataformas digitales o medios locales menos conocidos.

Algunos medios menos mencionados, como Semanario Universidad y Portal de la Investigación, también aparecen en algunas combinaciones, lo que podría sugerir que un pequeño grupo de encuestados tiene un interés en fuentes de información más académicas o especializadas.

Figura 22. ¿Cree que el cambio climático es un tema importante que debe ser cubierto en los medios de comunicación?

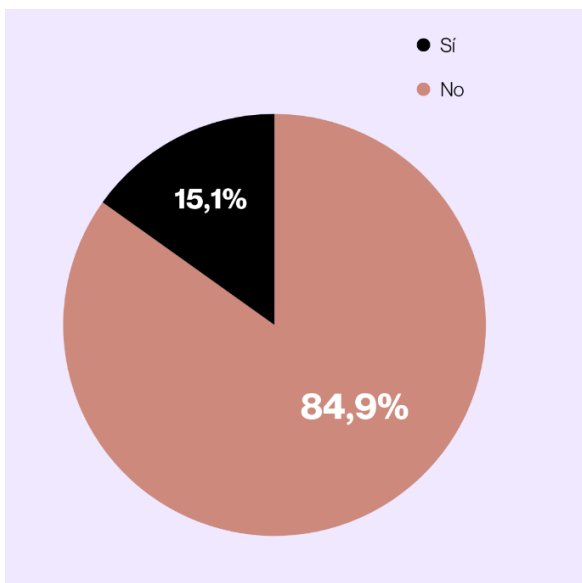


Fuente: Elaboración propia.

Se refleja una clara mayoría de respuestas afirmativas respecto a la importancia del cambio climático como tema a ser cubierto en los medios de comunicación. De todas las respuestas, la opción "Sí" se repite de manera abrumadora, con solo algunos pocos encuestados respondiendo "No". Esto indica que, en general, existe un consenso favorable sobre la cobertura mediática del cambio climático, lo que resalta la creciente preocupación por este tema dentro de la sociedad.

Los pocos votos negativos pueden indicar que, aunque algunos encuestados puedan no considerar el cambio climático como un tema prioritario o urgente, esta postura sigue siendo minoritaria. El elevado porcentaje de respuestas afirmativas refleja que la audiencia está cada vez más consciente de la gravedad del cambio climático y considera fundamental que los medios de comunicación desempeñen un papel en informar y educar sobre este fenómeno global.

Figura 23. ¿Cree que la cobertura informativa sobre el cambio climático es suficiente en su medio de comunicación preferido?

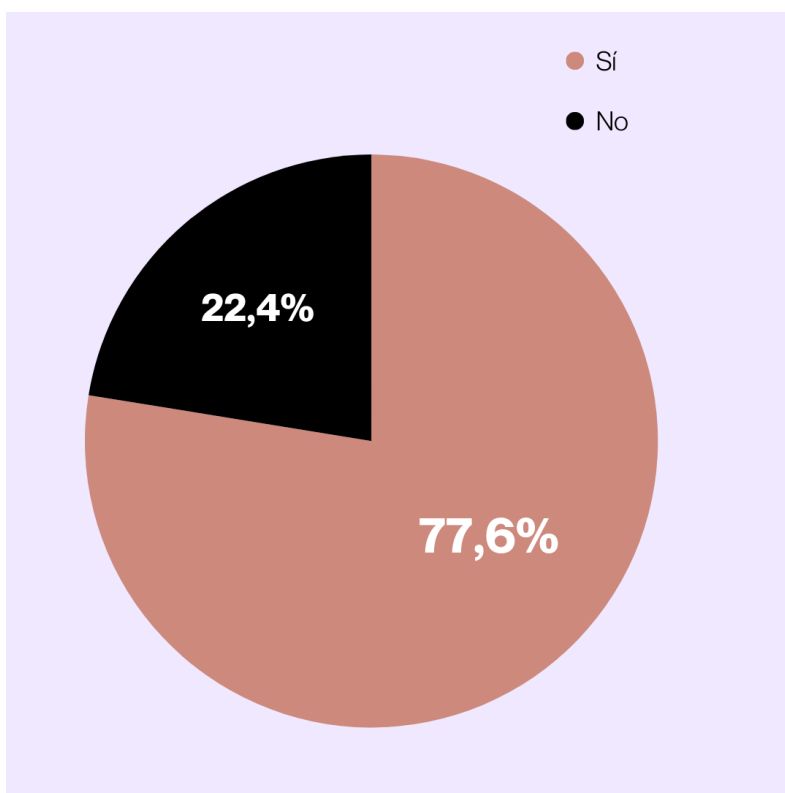


Fuente: Elaboración propia.

El gráfico muestra que una gran mayoría de los encuestados no considera suficiente la cobertura informativa sobre el cambio climático en su medio de comunicación preferido. Las respuestas "No" predominan en el conjunto de datos, lo que refleja una percepción generalizada de que los medios de comunicación no están cubriendo adecuadamente este tema tan crucial. Este resultado sugiere una sensación de insatisfacción con la cantidad o profundidad de la información disponible en los medios sobre el cambio climático.

Las respuestas "No" son mayoritarias, representando más del 80% de las respuestas, mientras que las respuestas "Sí" son menos frecuentes, lo que implica que solo una minoría de los encuestados siente que la cobertura es adecuada.

Figura 24. ¿Considera que las imágenes impactantes son efectivas para aumentar la conciencia sobre el cambio climático?

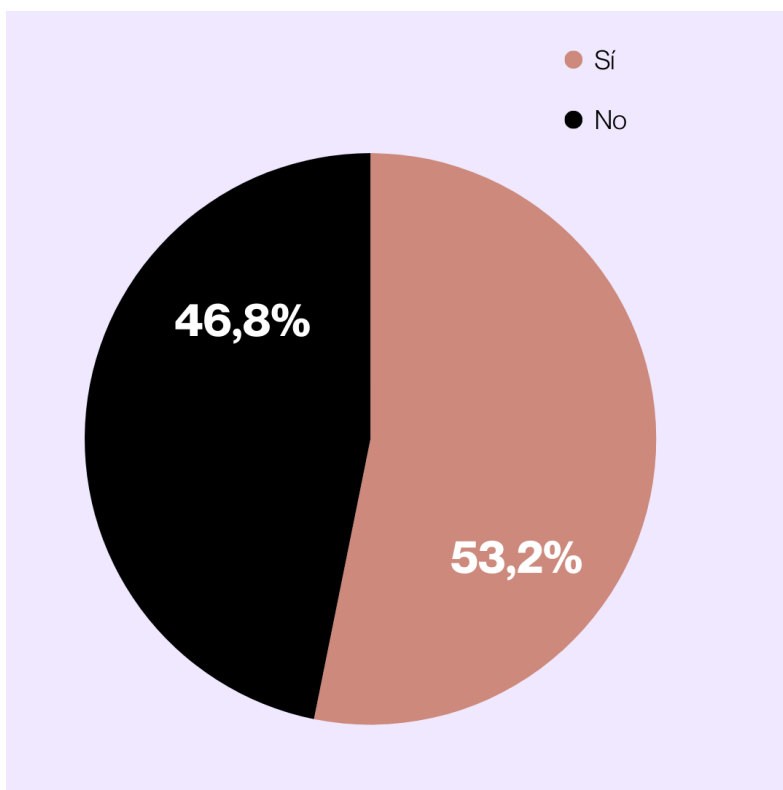


Fuente: Elaboración propia.

La figura revela que una amplia mayoría de los encuestados está de acuerdo con la afirmación de que las imágenes impactantes son efectivas para aumentar la conciencia sobre el cambio climático. La opción "Sí" aparece en la mayoría de las respuestas, lo que sugiere que muchas personas consideran que las representaciones visuales, especialmente aquellas que muestran los efectos devastadores del cambio climático, pueden tener un gran poder de sensibilización.

El apoyo generalizado hacia el uso de imágenes impactantes para sensibilizar sobre el cambio climático indica que las representaciones visuales tienen el poder de despertar emociones y captar la atención del público de manera más efectiva que otros tipos de contenidos.

Figura 25. ¿Ha visto fotografías relacionadas con el cambio climático en las noticias recientemente?

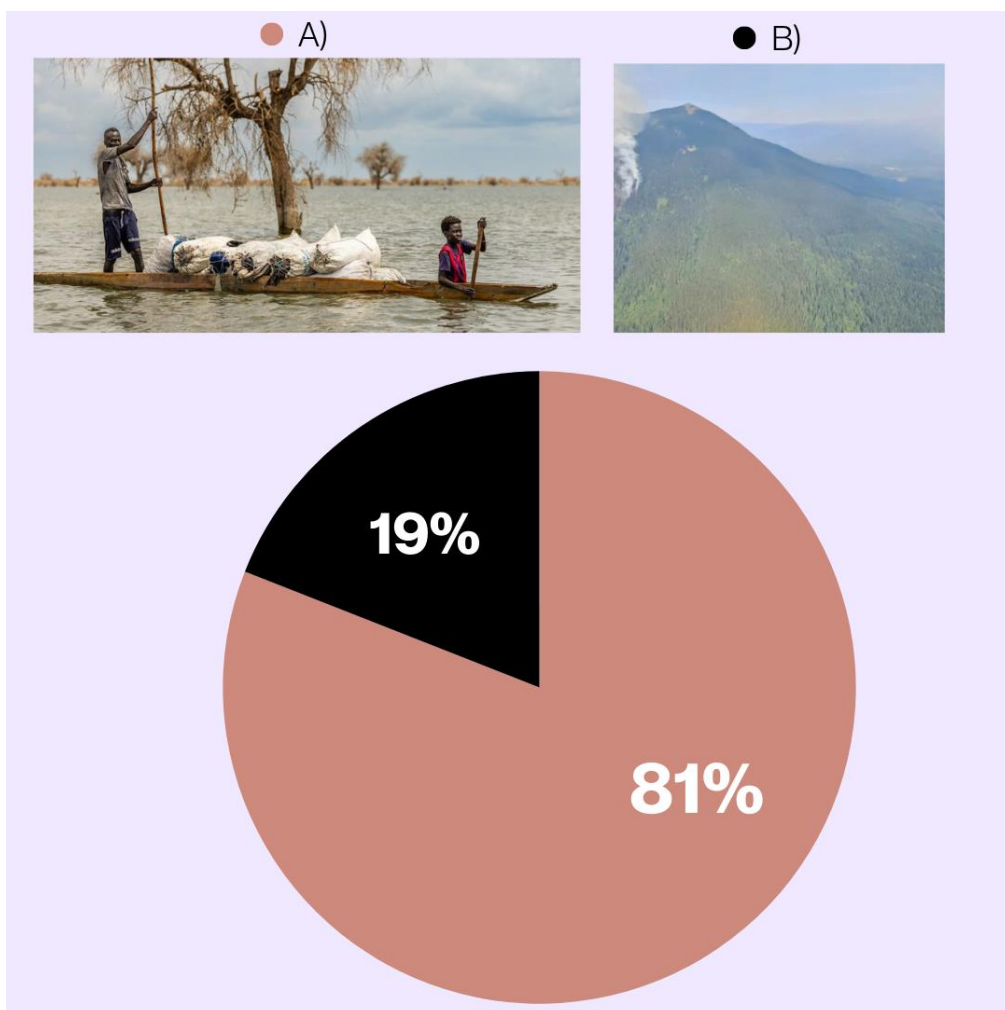


Fuente: Elaboración propia.

De las respuestas, una parte significativa de los encuestados indica que no ha visto fotografías relacionadas con el cambio climático en las noticias recientemente. Sin embargo, hay un mayor número de personas que sí han sido expuestas a estas imágenes.

En este caso, se observa más del 50% de las respuestas afirmativas, sin embargo, se ve una mayor división en los resultados comparado con las preguntas anteriores, reflejando una diferencia entre las imágenes compartidas en los medios consumidos por cada encuestado.

Figura 26. Al observar las siguientes imágenes, ¿Cuál le genera un mayor sentimiento o impacto?



Fuente: Elaboración propia.

La primera imagen refleja directamente al ser humano en pleno desastre natural y la manera en la que lo afrontan, mientras que la opción B es una fotografía de una montaña sin más detalles.

En este conjunto de respuestas, la gran mayoría de los encuestados muestra una clara preferencia por la opción A, indicando que las imágenes de esta categoría generan un mayor impacto o sentimiento en comparación con las de la opción B. Esto sugiere que las imágenes etiquetadas parecidas a la primera opción podrían ser más poderosas o emocionalmente evocadoras, posiblemente porque están más alineadas con lo que los encuestados consideran importante o relevante en relación al cambio climático.

Figura 27. Al leer la siguiente noticia, ¿Cree que le generaría un mayor impacto y conciencia si la nota tuviera una imagen para ilustrar lo sucedido? ¿Por qué?

14 Agosto 2024 | Cambio climático y medioambiente

Unos 500 millones de niños habitan en zonas donde las jornadas de calor extremo al menos duplican las que afectaron a sus abuelos. "Los niños no son adultos pequeños. Sus cuerpos son mucho más vulnerables al calor extremo", dice la responsable de la agencia para la infancia.

"El aumento del **calor extremo está alterando la salud, el bienestar** y las actividades cotidianas de los niños", dijo este miércoles la directora ejecutiva del Fondo de la ONU para la Infancia ([UNICEF](#)), al dar a conocer un análisis que muestra que 466 millones de menores de edad - uno de cada cinco-, vive en zonas donde cada año se registra al menos el doble de días de calor extremo que hace tan solo seis décadas.

Catherine Russell señaló que los días más calurosos del verano parecen ahora normales, pero aludió a la comparación que hizo UNICEF del promedio de temperaturas de la década de 1960 y el del periodo de 2020-2024, que evidencia la rapidez y la intensidad con las que los días extremadamente calurosos aumentan en todo el mundo.

Actualmente, **las temperaturas de más de 35°C afectan a casi 500 millones de niños** que muy a menudo carecen de la infraestructura o los servicios necesarios para soportarlas.

Para esta pregunta se ofreció la opción de una respuesta abierta, con el fin de comprender de mejor manera la opinión de los encuestados, a continuación se presentan las respuestas brindadas.

Respuestas

Sí, ya que al ser un tema tan delicado puede ilustrar mejor lo que pasa en lugar de dejarlo a la imaginación

Sí, las imágenes permiten identificarse mejor con las cosas que están pasando en otras partes del mundo

Sí

Sí

Porque muchas personas leen más viendo una imagen que impacte que leer un título

Sí, podría mentalizarme de que es realmente a que se refiere

Falta la imagen

Interés

Sí, claro

Sí

A mí no me hace diferencia

Creo que tenemos que parar la tala de árboles y sembrar más arboles

Sí creo que con una fotografía generaría más conciencia

Sí, porque es lo primero que captura la atención

Es muy triste pero es una realidad

Sí, una imagen dice mucho

Claro porque una imagen habla más e ilustra más que mil palabras

Debería ser suficiente la noticia, pero las imágenes ayudan a generar conciencia

Sí, porque una imagen complementa y hace más ilustrativo el texto

Sí, porque el efecto visual es más universal que leer un artículo grande

Porque soy visual

Sí, pero no es la realidad del momento, aunque exista una imagen, hay personas que solo interesan ver por encima y listo, se debería crear alguna otra forma de captar al lector.

Por supuesto

Se siente feo

Sí, porque lamentablemente la gente no lee si no hay una imagen que impacte.

Visualmente impacta más con imágenes la gente está acostumbrada a lo rápido y no a leer

Claro que sí

Claro es necesario la imagen llama más la atención que un montón de letras

Sí, para elevar aún más conciencia en el espectador

Porque muchas veces las imágenes tienen más impacto que solo las palabras

Consideró que si ponen imágenes las noticias serían más de interés

Sí, pienso que las personas hoy son más visuales, lo cual las imágenes van a tener un mayor impacto tanto negativo como positivo con respecto a una noticia

Más allá de una imagen, el head de la noticia podría incluir los efectos y consecuencias de que los niños/as se enfrenten a esas condiciones. Usar una imagen que puede ser sensacionalista o hacer uso indebido de la imagen de las infancias no necesariamente es el camino para informar más efectivamente

Sí, llamaría más la atención con una imagen de la noticia.

Porque casi nadie lee, necesita una imagen porque una imagen dice más que mil palabras

Por supuesto, necesita de una imagen para acentuar el tema

Sí, porque la mayoría de la gente lee superficialmente, la imagen ya habla por sí solo e impacta inmediatamente

Sí, la imagen ayuda a entender más sobre el contexto de la noticia y ayuda y dar más interés al lector sobre la temática de la noticia

La explicación genera mayor conocimiento y por ende más consciencia

Siempre las imágenes son más impactantes

Calor extremo

Sí

Puede ser que si sea necesario una fotografía,

Sí

No

No

No, pues no es un impacto visual, es conciencia social

Por supuesto, una imagen habla más que 1000 palabras. Motiva la lectura e investigación sobre el tema

Correcto la imagen es necesaria

Sí, es importante con una ilustración, llega más profundo

Todo ilustrado es más de impacto

Sí, el impacto visual genera mayor conciencia sobre la problemática y sensibiliza a la población.

Sí

Necesita visualizar ! Las imágenes hablan

Sí

Sí

Claro que es importante que una noticia por medio de una imagen relate lo importante y hechos que nos quieren relatar ese medio de comunicación y así poder visualizar mejor la noticia y entender la y tener más conciencia de lo que estamos viviendo con respecto al tema informado

Crea mayor impacto

Sí, porque desgraciadamente el 90% no lee, solo se va por imágenes

Sí considero que impactaría más, ya que se vería la angustia que estarían pasando los niños según los gestos que tuvieran.

Mmmmm

La de los niños

El apoyo visual refleja y acompaña el texto.

Por supuesto. Entre más información mejor

Sí

Sí, porque las imágenes hablan más versus la nota que uno lee por encima

Porque es una realidad que cada día sentimos y vivimos más de cerca

Sí se necesita. Una imagen habla más y más rápido que una aburrida lectura

Sí

Las imágenes crean mayor conciencia de lo que sucede

Sí sería bueno que se presentarán imágenes al respecto ya que se generaría más conciencia

Con imagen sería más impactante

Sí

Me parece que las imágenes aumentan más la curiosidad del lector

A veces es necesario ver la cruel realidad para caer en conciencia

De las dos maneras impacta

Generaría un mayor impacto y conciencia.

Sí, porque les hace pensar un poco más

Claro, ubica más en tiempo y espacio, genera conciencia

Claro las imágenes causan más conciencia de toda la realidad de que se vive en el mundo

Así pueden mostrar todo de lo que se está hablando y que las personas sepan de la realidad de que se vive día tras día.

Llama más la atención las imágenes

Sí es una fotografía informativa, sí, porque algunas veces se presta para el periodismo amarillista y la vulnerabilidad de estos niños.

Para que quede más claro el efecto del calor debido al cambio climático

Una foto habla y pregunta más, que mil palabras

Siempre las ilustraciones captan la atención del público, en su efecto una nota sería buena también

Afecta mucho a nivel de agricultura, fuentes de agua

Sí, porque a mucha gente no le gusta leer tanto, una imagen es más llamativa

Sí, impactaría más; ya que se puede asociar la foto con el texto y muchas veces solo la lectura no es suficiente.

Sí, el ser humano es muy visual.

Sí

Sí, da una mayor conciencia de la situación

Sí claro, a veces solo ilustrando la situación le dan más interés

Sí me hubiera gustado que pusieran la imagen y abajo la nota.

Sí, porque como dicen “una imagen dice más que mil palabras”

No todas las personas sacan su tiempo para leer. Las imágenes llaman la atención.

Sí

Sí. La retención de la información en la mente se queda en mayor porcentaje con imágenes de respaldo.

Actualmente las personas son más visuales y las imágenes las pueden entender todos sin ningún esfuerzo. El mensaje llega inmediato al cerebro.

Sí, pues visualmente se puede tener mucho alcance

Claro que se ilustra más con fotos

Más. Impactante las imágenes

Para dimensionar la realidad

Sí claro, todo entra por la vista.

El ser humano requiere de más concienciación e información sobre este tema

Sí, porque existen personas que solo viendo lo que sucede toman conciencia de lo que está pasando.

Triste ver como el calentamiento global vuelve lugares inhabitables

Es preocupante la situación de la niñez afectados por las altas temperaturas. Unido a otras necesidades como la alimentación, las posibilidades de estudios y la violencia familiar y política (en algunos países) afecta la salud integral de los niños y su futuro.

Da más atención con imágenes

El acompañar la noticia con foto ayuda a capturar la atención del lector

Las imágenes hablan más que mil palabras, ayuda a concientizar

Por supuesto que sí, una buena, oportuna y pertinente imagen sintetiza el espíritu mismo del mensaje. Si esta es correcta, invita a la posterior lectura de la noticia.

Una imagen dice más que mil palabras

Sí, porque es más creíble las imágenes o notas en vivo.

Muy triste, pero es la realidad del planeta

No me gusta mucho la lectura. Entones me impactaría una fotografía

Sí. Atrae más

Con imagen fijo, porque si estaría leyendo si no tendría imagen o un título más corto

Sí

Se requiere imagen. Complementa la narrativa y genera mayor interés.

Sí, claro, así se muestra algo vacío y aburrido para leer

Sí, porque al visualizar la situación la razón y el sentimiento afloran de inmediato, complemento necesario para crear el objetivo deseado.

Porque lo confrontan con la realidad

Somos más visuales y no nos gusta leer o no tenemos tiempo de leer

Una imagen hace que el impacto sea mayor

Obviamente que una imagen puede decir más que las palabras, sin embargo el texto deja muy claro los problemas que el cambio climático ocasiona y en especial a los niños.

Claro que sí, las imágenes impactan y quizá logren llamar la atención de las personas

Sí

Porque la imagen nos genera más claridad en cuanto a la problemática y toca fibras sensibles en nuestros sentimientos.

Al ver las situaciones que viven las personas se crea más empatía

Tal vez porque la gente no lee

Claro, no tenemos una cultura que se detenga a leer sino tiene un titular más llamativo o imagen

Depende de lo relacionado al tema y como se ilustra

El problema del cambio climático está en intereses de unos pocos, los cuales están manipulando el clima sin importar las consecuencias para la humanidad. Sí podemos

nosotros cambiar hábitos de consumo y contribuir pero mientras existan grupos como la ONU la OMS y el foro económico mundial es muy difícil que esto cambie.

Solo la lectura no me llama la atención

Sí, porque ayudaría a que más personas leyeran la información

Sí, porque todo entra por los ojos :)

Necesitamos enfocarnos más en el cambio climático.

Imagen muy importante. Algunas personas no les gusta leer.

Sí

Sí

Sí, ya que las imágenes muestran o detallan mejor

Es muy impaciente

Generaría mucha más atención si tuviera una imagen, muchas personas como yo somos visuales y nos llama más la atención una imagen que un titular.

La nota es buena e interesante pero sin importar cuál sea la nota si hace falta el impacto visual que genera en nuestro cerebro una imagen de relación al tema

No solo los niños, nos está afectando a todos, debido a que las fuentes de agua, no dan abasto, para mitigar, está situación.

Sí, pero una buena imagen. Porque el tema social es complicado de exponer. Considero que sería mejor hacer una infografía con los datos, para que la información esté mejor digerida y las personas puedan interpretar más fácilmente lo que se les quiere hacer entender.

Sí, demostración gráfica de zonas en esta condición sería de mucho respaldo.

Por supuesto. Las imágenes refuerzan el texto y dejan una huella. Importante seleccionarlas adecuadamente para que sean objetivas y no morbosas.

Tenemos que tomar conciencia para que las nuevas generaciones no sufran.

Me genera el mismo impacto, al leer llega la imagen a mi mente sobre lo que esta pasado con esos niños.

Por supuesto sería mejor con imágenes

Sería de mayor impacto con imagen

Sí ayuda a una imagen

Es necesario imágenes para prestad atención

Estrategia para prestar atención

No a todas las personas les gusta leer pero cuando hay una imagen que los atrapa, hacen la pausa para realizar la lectura.

Claro, todo entra por la vista

Sí, una imagen hace que las personas lean verdaderamente la nota; es decir se interesan o quieren saber qué pasa y porque la imagen

Sí, las imágenes llaman más la atención

Sí la imagen te atrapa de primera instancia y te deja curioso por continuar leyendo

Sí, porque la imagen dice más.

Sí. Genera un sentimiento de pesar y frustración al no poder revertir el daño inmediato

Sí, se necesita ver la realidad de las cosas porque por texto se puede malinterpretar las cosas

Sí, ya que este contiene un gran valor gráfico para generar más atención en la conciencia humana.

Porque atrae más mi atención y no desconcentro entre tanta prosa

Sí, porque tiene más poder una imagen q las palabras

Sí, genera un mayor impacto visual

Sí

Sí, ya que es extrema la temperatura y realmente alarmante

No, pienso que está bien redactada, y también por ser tema de niños no se puede poner imagen.

Sí

Por la época moderna en tecnología el ser humano asocia y reacciona de una manera más rápida a imágenes

Considero que sí

Sí debería tener una imagen, ya que impactaría más el ver como el cambio climático afecta y más cuando es calor.

Sí, porque así la gente se daría cuenta de lo que está pasando hoy en día

Sí

Sí

Sí

Sí, porque siento que solo con la información no es suficiente

Sí para crear más impacto

Sí, la asociación visual de la humanidad con los efectos del cambio climático generan un mayor impacto.

Sí, generaría más impacto.

No

Sí, porque se asocia la información escrita con lo que está pasando en realidad

Sí la imagen es amarillista no leería la nota, si fuera una imagen realista si llamaría la atención

Sí tendría mayor relevancia con imágenes, para mí y creo que para quien lea el artículo también, la gente no le da importancia por sentirse alejado de la situación, una imagen causaría más impacto, lástima y pena en los lectores

Sí, el uso de imágenes aparte de llamar más la atención, concientiza sobre una problemática

No

Sí

Sí

Porque haría constar la parte visual de la información brindada literalmente, así ayuda a tener una imagen más profunda de la situación y en caso de que una persona no sepa leer es importante.

Sí. Sobre todo porque en muy real eso de que "todo entra por la vista" y si no tengo un titular qué enganche ni una foto que atraiga, simplemente el porcentaje de lectura se va a disminuir. Considero que en este caso en particular, una fotografía que ilustre esa información, sin que sea amarillismo, puede atraer más vistas y calar más en el espectador.

Para algunas personas si para otros no, esto porque muchos líderes utilizan el cambio climático como cortina de humo, los mismos promueven guerras que aceleran ese ciclo natural de la vida en la Tierra, sin embargo, esos eventos bélicos no favorecen para el ser humano, hoy en día se cuestiona la crianza de alimentos de consumo pero lo anterior " incendios y explosiones impulsadas por el negocio armamentista" parece que no pesa en el cambio climático, entonces?

Sí ,por algo muy sencillo, todo entra por los ojos !!

Sí, porque hay personas que ponen más atención a noticias como estas cuando contienen algo visual

Por qué hay personas que son más visuales y que no todas las personas leen todo completo.

Sí

Sí, porque ilustraría lo que se está describiendo. Haría que fuera más impactante la noticia. Sin embargo el abuso de imágenes también causa una especie de inmunidad. Al final de cuentas, al cabo de ver tanto, ya no llama la atención.

Sí porque nos sensibiliza más. Nos da una idea gráfica del problema

Sí

Sí, sería mejor para tener un ejemplo de lo que pasó

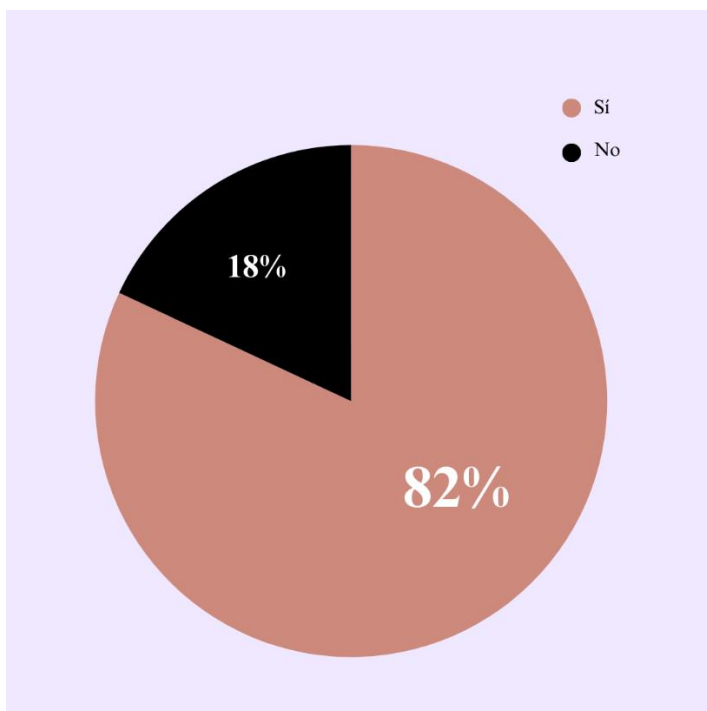
La mayoría de las cosas entran por la vista y eso queda grabado en nuestro cerebro

Sí me impactaría ya que debido a eso el calentamiento global en un tiempo nos va afectar a todos en el mundo

Una imagen habla más que mil palabras

Fuente: Monge (2024).

Figura 28. ¿Ha cambiado su percepción sobre el cambio climático debido a imágenes o reportajes que ha visto en los medios?

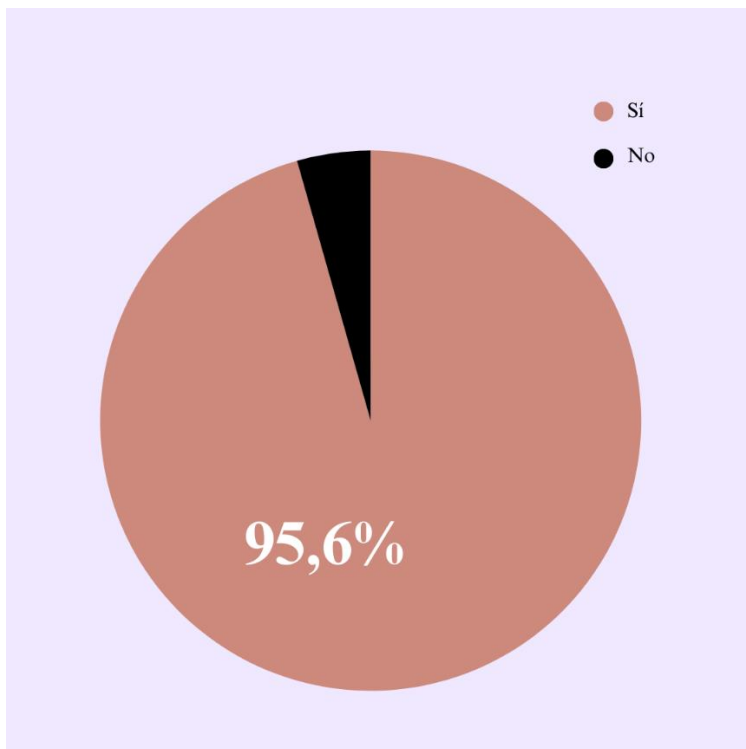


Fuente: Elaboración propia.

Se observa una mayoría de respuestas afirmativas, lo cual indica que las imágenes que acompañan los textos o reportajes sobre el cambio climático han generado algún tipo de impacto en la población. Mientras que para una minoría las fotografías no son suficientes para cambiar su opinión.

Un porcentaje mayor al 80% ha diferido su percepción sobre el cambio climático gracias a las imágenes y/o reportajes compartidos en medios, lo cual sugiere una gran relevancia del tema.

Figura 29. ¿Cree que la información sobre el cambio climático debería presentarse con más frecuencia en los medios?

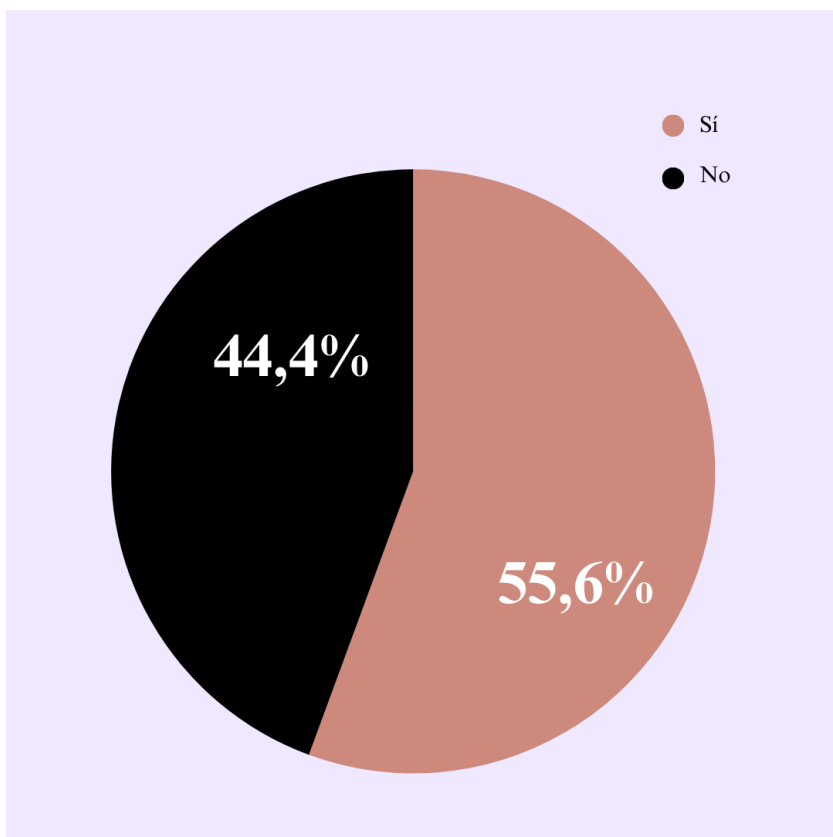


Fuente: Elaboración propia.

En este gráfico se observa cómo más de un 95% de los encuestados opinan que la información difundida por los medios de comunicación sobre el cambio climático no es suficiente y debería de incrementarse.

De las 205 personas encuestadas únicamente 9 consideran que la información difundida es suficiente y no es necesaria una incrementación. Lo que refleja que la gran mayoría desearía encontrarse con más información al respecto.

Figura 30. ¿Piensa que los periodistas utilizan un lenguaje accesible al informar sobre el cambio climático?

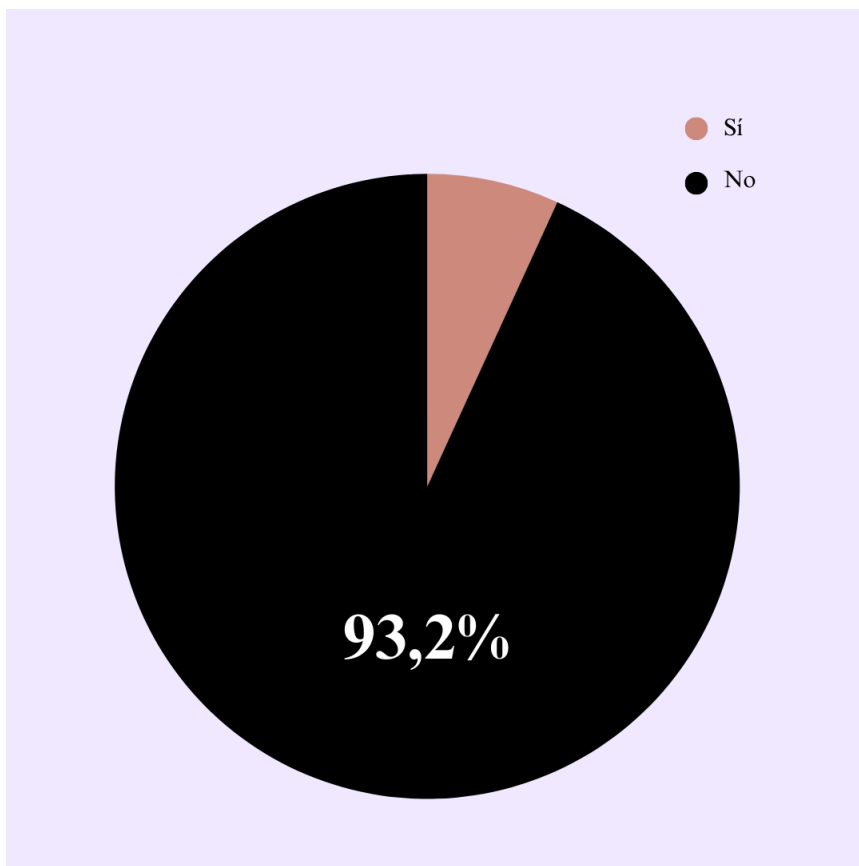


Fuente: Elaboración propia.

Nuevamente se observa una división en los resultados expuestos en la figura, con más de un 55% de personas que creen que el lenguaje utilizado en los medios de comunicación es accesible para toda la población y los lectores.

Mientras que, por otro lado, más del 44% de los encuestados han expresado que no es realmente apto para cualquier público, sugiriendo que las palabras utilizadas en las publicaciones podrían ser más comunes para un mejor entendimiento.

Figura 31. ¿Cree que la población en general está bien informada sobre el cambio climático?

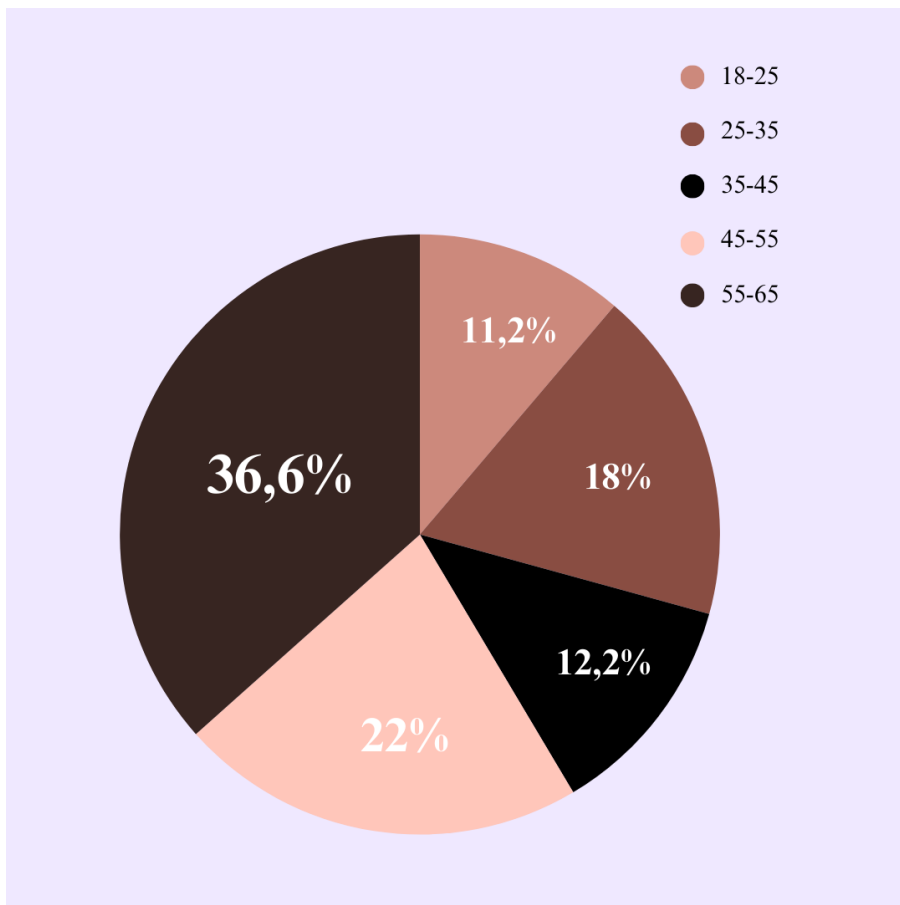


Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar como la mayoría de los encuestados indica que la población en general no se encuentra lo suficientemente informada en temas relacionados al cambio climático. Más del 93% de personas optaron por la opción negativa, mientras que tan solo 14 de 205 respuestas afirman que se tiene un buen conocimiento en general.

Estos resultados exponen como la falta de información en algunos medios de comunicación conduce a la población a una ausencia en conocimientos de problemáticas que afectan a nivel mundial.

Figura 32. ¿Cuál es su edad actual?

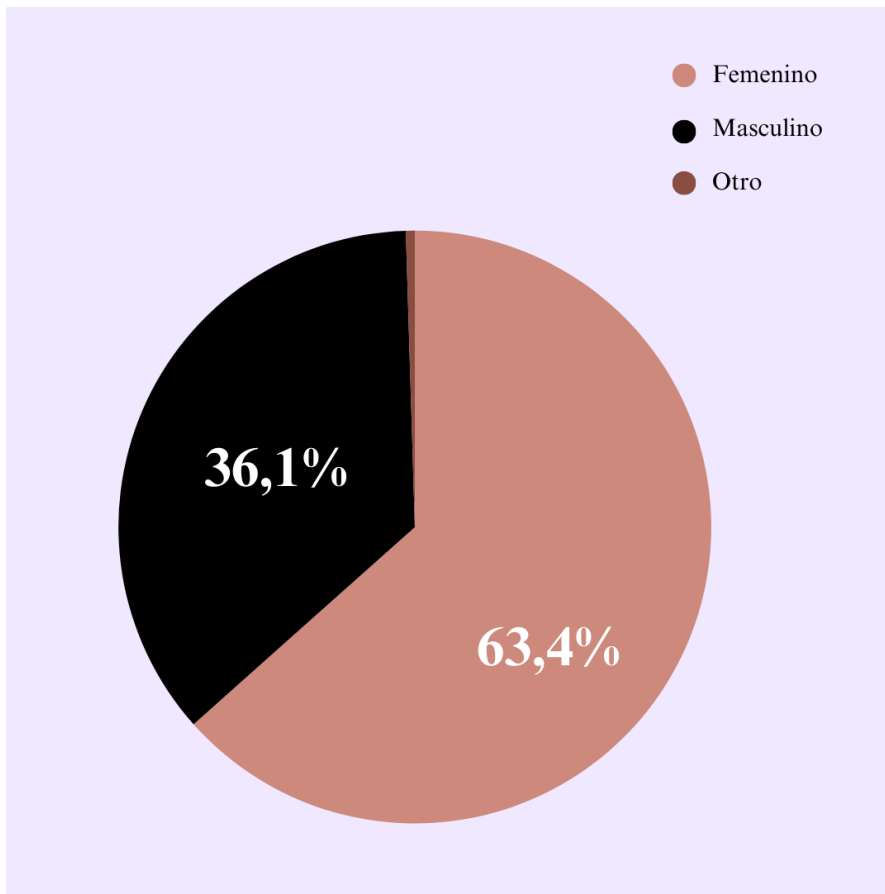


Fuente: Elaboración propia.

El mayor porcentaje de entrevistados tiene entre 55-65 años, exponiendo la opinión de una generación que ha visto diversos cambios en el clima y consecuencias naturales y humanas del cambio climático. Seguidamente con un 22% se encuentran las personas entre 45-55 años.

Las edades de entre 18-25 y de 35-45 son las menos frecuentes, con porcentajes del 11,2% y 12,2%. Dejando en el medio a los encuestados de 25-35 años con un 18%.

Figura 33. ¿Con cuál género se identifica más?



Fuente: Elaboración propia.

En la figura se observa como la gran mayoría de encuestados se identifican con el género femenino, acaparando un 63,4% de los resultados. Mientras que el género masculino obtuvo un 36,1% de votos.

Dentro de los encuestados, únicamente 1 persona ha seleccionado la opción de “Otro”.

5. Conclusiones y recomendaciones

Al realizar un análisis profundo sobre el tratamiento periodístico de las noticias y reportajes con fotografía periodística sobre cambio climático en los medios de comunicación “Semanario Universidad”, “Ojo al Clima” y “Portal de la Investigación” se puede llegar a diversas conclusiones.

En primer lugar, se puede destacar que dos de los medios en estudio (Ojo al Clima y Portal de la Investigación) dedican la mayoría de sus publicaciones a temas relacionados con el cambio climático; no obstante, esto no significa que la frecuencia para difundir esta información sea la adecuada.

Por su parte, Semanario Universidad, a pesar de no ser un medio dedicado a estos temas, cuenta con la gran estrategia de tener otro medio de comunicación alterno 100% dedicado a ello y que sigue siendo parte del Semanario, que en este caso es Ojo al Clima.

Los entrevistados mencionan como, en su mayoría, los temas de mayor relevancia siempre serán los que estén pasando en la actualidad y que afecten a algún sector de la población de forma directa. Además, se resalta la importancia del fotoperiodismo en la difusión de esta información, como una herramienta apta para generar un impacto en la audiencia.

En consecuencia, los resultados de las encuestas también resaltan como, a mayor escala, las respuestas exponen la importancia de difundir la problemática del cambio climático y que la manera en la que los medios comparten la información podría ser más clara para poder llegar a más personas.

Si bien algunos periodistas e investigadores entrevistados aseguran que la noticia debería crear un impacto por sí sola, es necesario que cuenten con mejores estrategias para distribuir estos temas con el fin de viralizarlos y poder generar un impacto más allá de a las personas afectadas en ese momento.

Por otro lado, la mayoría de personas, tanto entrevistadas como encuestadas, coincide en que una buena fotografía para acompañar el texto o información compartida es una de las herramientas que más fomentan la atención al tema. Se destaca como, desde la perspectiva periodística, es importante utilizar una buena imagen, más allá de una simple foto, algo que cuente lo sucedido y genere un impacto.

Desde la perspectiva del público, se expone como, para la mayor parte de la muestra, una imagen no solamente llama la atención, sino que les genera, en los casos donde la fotografía es buena y cuenta una historia, sentimientos que no tendrían con la ausencia de la misma.

Al conocer la importancia de una buena imagen en las publicaciones, se debería tomar más conciencia sobre la relevancia del trabajo de un fotoperiodista en los medios. Ya que como se menciona en la entrevista con el fotoperiodista Fabián Hernández Mena, algunos medios de comunicación no cuentan con el equipo o los presupuestos económicos ideales para generar una buena imagen que acompañe las notas.

5.1 Conclusiones específicas

Objetivo 1. Describir los lenguajes de comunicación o géneros periodísticos que utilizan los medios de comunicación “Semanario Universidad”, “Ojo al Clima” y “Portal de la Investigación” en los temas relacionados al cambio climático.

En el caso de los medios costarricenses “Semanario Universidad”, “Ojo al Clima” y “Portal de la Investigación”, se observa un patrón común en el uso de un lenguaje principalmente informativo, con un enfoque claro en la transmisión de datos y hechos concretos. Sin embargo, también se identifican diferencias en los géneros periodísticos utilizados, en el estilo de comunicación y en las intenciones detrás de cada uno de estos medios, lo que revela la diversidad con que cada plataforma aborda el fenómeno del cambio climático y sus implicaciones.

En “Ojo al Clima”, el lenguaje utilizado en las publicaciones sobre cambio climático es predominantemente informativo e interpretativo. El objetivo principal de este medio es proporcionar al lector datos y análisis sobre el cambio climático a partir de un enfoque académico.

En el caso de “Portal de la Investigación”, se observa una aproximación similar en cuanto al uso de un lenguaje informativo, pero con un enfoque mucho más centrado en la investigación científica. Este medio está particularmente orientado hacia un público académico y especializado, por lo que sus reportajes tienden a ser más técnicos y detallados. El lenguaje utilizado busca explicar de manera exhaustiva los fenómenos y procesos relacionados con el cambio climático, basándose en estudios y datos científicos.

El “Semanario Universidad”, por su parte, también emplea un lenguaje informativo en sus reportajes sobre cambio climático, aunque con una estructura más orientada a la interpretación de la realidad social y política del país y la región. Al tratar temas climáticos, este medio se enfoca en cómo las políticas públicas, las decisiones gubernamentales y las acciones comunitarias están moldeando el futuro del medio ambiente, lo que implica una mayor carga interpretativa. El lenguaje es claro y accesible, pero también tiene un componente crítico, con el objetivo de fomentar la reflexión y la acción en torno a los problemas climáticos que afectan a la sociedad.

Los tres medios de comunicación emplean tiempos verbales tanto en pasado como en presente, además del uso exclusivo de verbos activos. Aunque los tres medios comparten el objetivo común de informar sobre el cambio climático, cada uno con su frecuencia particular, las diferencias en los lenguajes y enfoques reflejan sus respectivas audiencias y las intenciones detrás de cada publicación. El uso de un lenguaje informativo, claro y directo, combinado con el empleo de verbos activos y tiempos verbales adecuados, es fundamental para transmitir la urgencia de la situación climática, sensibilizar al público y promover la acción.

Objetivo 2. Caracterizar la frecuencia en la que los medios de comunicación “Semanario Universidad”, “Ojo al Clima” y “Portal de la Investigación” tratan temas relacionados al cambio climático en el periodo de tiempo del 2021 al 2024.

El análisis de la frecuencia con la que los medios de comunicación “Semanario Universidad”, “Ojo al Clima” y “Portal de la Investigación” han abordado el tema del cambio climático entre 2021 y 2024 revela patrones notables en la cobertura mediática de esta

problemática global, con variaciones significativas tanto en la cantidad como en la regularidad de las publicaciones.

El cambio climático, siendo uno de los desafíos más urgentes a nivel mundial, demanda una cobertura continua y profunda; sin embargo, al observar la frecuencia de publicaciones sobre el tema en los tres medios, se evidencian meses de actividad moderada, seguidos de periodos en los que el tema casi no es tratado en absoluto.

Es importante destacar que el mes de junio de 2021 marcó el pico más alto en la frecuencia de publicaciones sobre el cambio climático para el medio “Ojo al Clima”, con un total de 5 publicaciones. Después de este notable pico, las publicaciones sobre cambio climático en “Ojo al Clima” disminuyeron considerablemente, con una frecuencia que oscilaba entre 1, 2 o 3 publicaciones mensuales, dependiendo de los eventos y desarrollos relacionados con el cambio climático de ese año.

Seguidamente, “Semanario Universidad”, experimentó también una mayoría de meses con pocas o ninguna publicación sobre cambio climático. El mes de mayo de 2023 destaca como el único mes con una mayor actividad, alcanzando un total de 4 publicaciones, lo que representa una cobertura intensificada de los temas climáticos.

En cuando a Portal de la Investigación, para ser un medio que se enfoca principalmente en el ámbito académico y científico, mostró una frecuencia considerablemente más baja a los otros medios, con un total de únicamente 9 publicaciones en todo el año del 2022, siendo este el año con más publicaciones analizado.

La frecuencia con que los medios “Semanario Universidad”, “Ojo al Clima” y “Portal de la Investigación” han tratado el tema del cambio climático entre 2021 y 2024 muestra una

cobertura irregular y episódica, con algunos picos de actividad en ciertos momentos clave, pero con periodos largos de inactividad o de cobertura limitada. Aunque estos medios han logrado mantener el tema en su agenda en ocasiones puntuales, la falta de una cobertura constante refleja una brecha importante en la información pública sobre uno de los desafíos más urgentes de nuestro tiempo.

Para que el cambio climático reciba la atención que realmente merece, es fundamental que los medios asuman un enfoque más proactivo y continúen cubriendo este tema de manera regular, asegurando que la audiencia reciba información continua, precisa y relevante que fomente la conciencia y la acción.

Objetivo 3. Identificar la importancia y estrategias para utilizar fotografías periodísticas en noticias o reportajes de los medios de comunicación “Semanao Universidad”, “Ojo al Clima” y “Portal de la Investigación” relacionados al cambio climático.

El tratamiento de los temas relacionados con el cambio climático en los medios de comunicación no solo requiere de un análisis riguroso y una información precisa, sino también de herramientas visuales poderosas que complementen y amplifiquen el mensaje. En este sentido, las fotografías periodísticas juegan un papel crucial en la transmisión de la magnitud y la urgencia del cambio climático.

Esta importancia ha sido destacada de manera unánime por los periodistas e investigadores de los medios “Semanao Universidad”, “Ojo al Clima” y “Portal de la Investigación”, quienes coinciden en que una buena fotografía puede potenciar el impacto de las noticias y reportajes sobre cambio climático, haciéndolos más cercanos y comprensibles para el público.

Sin embargo, también han señalado las limitaciones que enfrentan estos medios, particularmente en relación con la disponibilidad de recursos y la capacidad de contar con un fotoperiodista especializado que pueda capturar imágenes directamente vinculadas a los temas tratados. En varios de los casos analizados, especialmente en Ojo al Clima, se observó que las fotografías publicadas no siempre estaban directamente relacionadas con el tema específico tratado, y en algunos casos eran imágenes genéricas obtenidas de internet o bancos de imágenes. Estas fotografías, aunque visualmente llamativas, carecían de una conexión directa con los contextos locales o con los eventos específicos sobre los que se informaba, lo que restaba autenticidad a la cobertura.

Por otro lado, Semanario Universidad y Portal de la Investigación lograron, en algunas de sus publicaciones, fotografías más directamente relacionadas con los problemas tratados, como imágenes de incendios forestales, inundaciones masivas, o desastres naturales.

Las imágenes tienen el poder de transmitir la dimensión humana y emocional de los fenómenos climáticos, tales como los desastres naturales, los desplazamientos forzados por las inundaciones, o los efectos devastadores de las sequías prolongadas. Estas representaciones visuales pueden captar la atención del público de manera inmediata, generando una respuesta más directa y emocional que las palabras solas.

En cuanto a las estrategias empleadas por los medios, se observa que, tanto Semanario Universidad como Portal de la Investigación, optan por utilizar fotografías directamente relacionadas con el cambio climático, buscando reflejar la magnitud de los desastres o el impacto social del cambio climático. Estas imágenes no solo sirven para ilustrar los efectos visuales de los fenómenos, sino también para humanizar las estadísticas y darles rostro a las víctimas del cambio climático, lo que genera una conexión más profunda con el lector.

No obstante, estos medios también enfrentan limitaciones similares a las de Ojo al Clima. La falta de personal especializado en fotoperiodismo y los costos asociados con la captura de imágenes propias en escenarios de desastre (que a menudo requieren de equipos costosos y de personal en el terreno) son factores que dificultan la producción continua de reportajes visuales de alta calidad.

Si bien se logran encontrar varias publicaciones con una imagen llamativa, relacionada directamente con el tema y que impacte, en su gran mayoría no se nota un esfuerzo real por parte de los medios para ilustrar las problemáticas de forma detallada.

Objetivo 4. Analizar la percepción del consumidor de noticias de cambio climático en los portales “Semanario Universidad”, “Ojo al Clima” y “Portal de la Investigación” en el periodo de tiempo del 2021 al 2024.

Durante este escrito se realizó una encuesta a 205 personas, de las cuales 1 de ellas reconoció consumir información de Ojo al Clima, 8 personas de Portal de la Investigación y 27 de Semanario Universidad siendo su gran mayoría consumidores de otros medios de comunicación.

Tomando en cuenta lo anterior se debe mencionar que las respuestas, en su mayoría, van enfocadas en personas que frecuentas otros medios; sin embargo, se tomarán los resultados de manera general para el análisis de este objetivo.

El cambio climático es un tema que, si bien no es muy discutido a nivel público, la mayoría de los encuestados lo consideran como importante y que debe ser tratado en los medios de comunicación. Empero, un porcentaje del 98% coincide en que la cobertura de este tema no es suficiente en su medio de preferencia.

Esta situación refleja la problemática que hay derivada de la desinformación pública generada por la falta de difusión de artículos del cambio climático, lo cual crea una fuerte ignorancia en la comunidad, afectando directamente a las personas que ya están sufriendo consecuencias del cambio climático.

En cuanto a los aspectos foto periodísticos, si bien se puede observar una mayor división en los votos, es válido asegurar que para la mayoría un texto que está acompañado de una imagen clara, explicativa y real es muchísimo más llamativa que una donde no lo sea o que del todo no posea fotografía.

Para muchos de los encuestados, una imagen los ha impactado tanto que ha logrado cambiar la perspectiva que tenían del cambio climático, por una más cercana a la realidad. Estas respuestas exponen como es realmente importante para el consumidor recibir una nota no solamente bien redactada y clara, sino también acompañada de una fotografía que pueda generarles algún sentimiento, con el fin de impulsar el cambio a nivel nacional.

5.2 Recomendaciones

Los medios de comunicación juegan un papel crucial en la concienciación y sensibilización sobre el cambio climático; sin embargo, la cobertura de este tema debe mejorar para generar un impacto más significativo en la audiencia.

En primer lugar, es fundamental que los medios de comunicación proporcionen un enfoque más profundo y multilateral en sus reportajes, artículos o noticias sobre cambio climático. La información debe ser presentada de manera clara, detallada y comprensible, pero también debe incluir análisis interdisciplinarios, como el impacto social, económico y político del cambio climático.

En lugar de limitarse a informar sobre hechos aislados, los medios deberían contextualizar y conectar los eventos en un marco más amplio, para que la audiencia entienda la relación entre estos fenómenos y las acciones humanas. Los periodistas también deben ser más proactivos en la interpretación de datos y evitar caer en una simple transcripción de cifras o sucesos sin explicar sus consecuencias o soluciones posibles.

En relación con la fotografía, los medios deben mejorar la calidad y relevancia de las imágenes utilizadas, alineándolas más estrechamente con el contenido informativo. La fotografía no debe ser solo un acompañamiento visual, sino un elemento narrativo que amplifique el mensaje.

Las imágenes deben ser contextuales, es decir, relacionadas directamente con los reportajes, mostrando las consecuencias del cambio climático de manera clara y directa. Las fotografías de desastres naturales, como incendios forestales o inundaciones, deben ser

acompañadas de información relevante sobre causas, consecuencias y posibles soluciones, para que el impacto visual esté respaldado por datos y reflexiones significativas.

Finalizando, es crucial que los medios de comunicación mantengan una cobertura constante y regular sobre el cambio climático, en lugar de tratarlo solo cuando ocurre un evento catastrófico. A pesar de que los medios analizados publicaron reportajes en momentos claves, muchos meses no se trató el tema en absoluto. Los medios deben integrar el cambio climático como una agenda informativa constante y no solo en momentos de crisis.

5.2.1 Recomendaciones a los medios en estudio

Ojo al Clima: Al ser un medio especializado en cambio climático, tiene una responsabilidad única de crear conciencia sobre este tema crítico. Sin embargo, uno de los puntos débiles que se ha identificado en su cobertura es el uso limitado de imágenes impactantes y directamente relacionadas con los temas que se abordan.

La mayoría de las imágenes utilizadas en sus publicaciones provienen de archivos o son genéricas, lo que no genera la conexión emocional necesaria para sensibilizar adecuadamente al público sobre los efectos devastadores del cambio climático. En este sentido, sería fundamental que Ojo al Clima comience a utilizar fotografías más humanas y directas, que muestren no solo los desastres naturales, sino también el impacto humano y social del cambio climático, como comunidades afectadas por incendios, inundaciones o sequías.

Además de mejorar la calidad de las imágenes, Ojo al Clima debería considerar aumentar la frecuencia de sus publicaciones. Actualmente, se observa una publicación esporádica. Al ser un medio dedicado exclusivamente a temas de cambio climático, es crucial

que Ojo al Clima mantenga una presencia constante en los medios. Una recomendación clave sería publicar al menos dos o tres artículos al mes, cubriendo diversas facetas del cambio climático, desde sus efectos locales hasta las soluciones globales.

Esto no solo ayudaría a mantener el interés de su audiencia, sino que también fortalecería su papel como una fuente confiable y activa en el debate público sobre el cambio climático.

Portal de la Investigación: Este medio tiene un gran potencial para consolidarse como un referente en el ámbito de las publicaciones científicas y de investigación relacionadas con el cambio climático. Sin embargo, uno de los aspectos que podría fortalecer su impacto y visibilidad es la frecuencia de publicación. Actualmente, las publicaciones en este medio son esporádicas y, en muchos casos, limitadas a reportes específicos.

Para maximizar su alcance y mantener a su audiencia comprometida, sería altamente beneficioso aumentar la frecuencia de publicaciones a al menos dos o tres al mes. Al hacerlo, Portal de la Investigación no solo podría mantener un flujo constante de información, sino también generar un seguimiento continuo de los avances en la investigación y las tendencias emergentes en cambio climático, asegurando que los lectores se mantengan informados y motivados a volver a consultar la página.

El hecho de que Portal de la Investigación esté enfocado en reportes e investigaciones es una ventaja estratégica, ya que ofrece contenido de alto valor académico y científico. Sin embargo, para lograr una mayor atracción del público general y diversificar su audiencia, es recomendable que el medio publique actualizaciones y avances periódicos de las

investigaciones. Muchos lectores se sienten atraídos por los resultados tangibles y los avances en tiempo real, especialmente en un tema tan urgente como el cambio climático.

Otra estrategia que podría resultar eficaz sería proporcionar un enfoque más dinámico en las publicaciones. A menudo, los reportes de investigación pueden resultar técnicos y difíciles de abordar para una audiencia amplia, por lo que sería recomendable presentar los avances de una manera accesible sin perder el rigor científico.

Semanario Universidad: Tiene un rol clave en la cobertura de noticias locales, políticas y sociales, pero para fortalecer su impacto en la discusión sobre el cambio climático, es importante que dé más importancia a la labor foto periodística.

Aunque se utilizan varias imágenes de buena calidad en los artículos sobre el cambio climático, no siempre logran reflejar la gravedad ni la urgencia de los temas tratados. Para abordar esta limitación, el medio podría trabajar en la selección de fotografías que no solo acompañen los textos, sino que amplifiquen el mensaje, mostrando de manera directa los efectos del cambio climático. Para lograr esto, es necesario que se brinde una mayor importancia y libertad a los fotoperiodistas.

Además, sería muy beneficioso que Semanario Universidad aumente la frecuencia de publicaciones sobre el cambio climático, ya que este tema es de relevancia constante. Aunque el medio cubre temas diversos en su día a día, la cobertura del cambio climático ha sido esporádica. Publicar al menos una vez al mes sobre esta crisis permitiría mantener la atención del público y ofrecerle una narrativa continua sobre los efectos, las políticas públicas, y las acciones necesarias para enfrentar la emergencia climática.

De esta manera, se fomentaría una discusión constante y actualizada sobre el tema, lo cual es fundamental dado que la crisis climática es un desafío que requiere de intervención y visibilidad constante.

5.2.2 Recomendaciones a los periodistas que trabajan temas de cambio climático.

Es fundamental que los periodistas que aborden temas relacionados con el cambio climático aumenten la frecuencia de publicación de estos temas, sin importar el medio en el que trabajen. La crisis climática es un fenómeno global que afecta a todos los aspectos de nuestra vida cotidiana, desde la salud hasta la economía, y requiere ser tratada con la urgencia y la visibilidad que merece.

Como comunicadores, se debe ver el esfuerzo por transmitir un lenguaje claro y accesible, especialmente al tratar con un tema tan complejo y técnico como el cambio climático. Muchas veces, la información relacionada con el medio ambiente puede estar plagada de jerga científica o de términos que dificultan la comprensión de la audiencia general.

Es crucial que los periodistas hagan un esfuerzo por traducir estos conceptos a un lenguaje que cualquier persona, sin importar su nivel educativo o su familiaridad con el tema, pueda entender. Utilizar ejemplos cotidianos, analogías y explicaciones simples ayuda a que el público se conecte con el tema de manera más efectiva y se sienta motivado a tomar acción.

Finalmente, el periodismo climático no solo debe informar sobre los problemas, sino también sobre las soluciones. Es necesario que los periodistas no solo resalten los efectos devastadores del cambio climático, sino también las acciones positivas que se están llevando a cabo, como las políticas públicas eficaces, las innovaciones tecnológicas y las iniciativas

comunitarias. Esto ayudará a crear un sentido de esperanza y empoderamiento, lo cual es vital para movilizar a la sociedad hacia un cambio real.

5.2.3 Recomendaciones a la Universidad Internacional de las Américas (UIA)

A la Universidad Internacional de las Américas, como institución educativa que forma futuros periodistas, se le presenta una gran oportunidad para influir en la forma en que las nuevas generaciones abordan temas de relevancia global como el cambio climático. En este sentido, es crucial que los programas de estudio, especialmente en la carrera de periodismo, se enfoquen en enseñar a los estudiantes a comunicarse de manera clara, ética y responsable.

Los periodistas tienen un papel fundamental en la sociedad, ya que son los encargados de informar y sensibilizar al público sobre problemas que afectan a toda la humanidad. Por lo tanto, es necesario que los futuros periodistas comprendan la importancia de su rol en la construcción de una sociedad informada y consciente sobre los grandes desafíos globales.

Es vital que los estudiantes de periodismo reciban una formación en la que se les enseñe cómo traducir temas complejos, como el cambio climático, a un lenguaje accesible para toda la audiencia, sin sacrificar la precisión ni la profundidad.

En continuidad, la Universidad Internacional de las Américas tiene la responsabilidad de formar periodistas que no solo se limiten a reportar hechos, sino que sean agentes de cambio en su comunidad y en el mundo. Si los futuros comunicadores son conscientes de la gravedad del cambio climático y otros problemas globales, y están equipados con las herramientas adecuadas para comunicarlos de manera efectiva y ética, podrán contribuir

significativamente a la creación de una sociedad más informada, participativa y proactiva frente a los retos globales del siglo XXI.

6. Referencias

Aaron Ríos Castro, (2021) “Planeta está sufriendo una triple crisis de pérdida de biodiversidad, cambio climático y contaminación”

Recuperado de: <https://ojoalclima.com/articles/planeta-esta-sufriendo-una-triple-crisis-de-perdida-de-biodiversidad-cambio-climatico-y-contaminacion>

AFP, (2021). “Al menos 68 muertes en Europa por temporal, la mayoría en Alemania”

Recuperado de: <https://semanariouniversidad.com/mundo/al-menos-68-muertes-en-europa-por-temporal-la-mayoria-en-alemania/>

Ana Isabel Sordo, (2023). “Estrategias de comunicación: qué son, tipos y ejemplos”

Recuperado de: <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-comunicacion>

Ana María Martínez de Sánchez, (2015). “Diseño de investigación. principios teórico-metodológicos y prácticos para su concreción”

Recuperado de: https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/186083/CONICET_Digital_Nro.0a333138-04a9-4cbb-9ded-74400234e648_C.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Andrés Muguria, (2024). “Margen de error ¿qué es y cómo se calcula?”

Recuperado de: <https://www.questionpro.com/blog/es/margen-de-error-que-es-y-como-se-calcula/>

Andrés Rivas, 2022. “Marco metodológico: ¿Cómo redactar y cuál es su estructura?”

Recuperado de: <https://normasapa.in/marco-metodologico/>

Ángel Enrique Azuero Azuero, (2018). “Significatividad del marco metodológico en el desarrollo de proyectos de investigación”

Recuperado de: <file:///C:/Users/Cami/Downloads/Dialnet-SignificatividadDelMarcoMetodologicoEnElDesarrollo-7062667.pdf>

Ángela Alonso Jurnet (2022). “Análisis de las herramientas del ciberperiodismo para comunicar el cambio climático a través del caso de Euskal Irrati Telebista (EITB)”

Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/Simon-Pena-Fernandez/publication/360439899_Informacion_y_Big_Data_en_el_sistema_hibrido_de_medios_Actas_del_XIII_Congreso_Internacional_de_Ciberperiodismo_Informazioa_eta_Big_Data_hedabideen_sistema_hibridoan_Ziberkazetaritzari_buruzko_XIII_ko/links/62764caa2f9ccf58eb3508ed/Informacion-y-Big-Data-en-el-sistema-hibrido-de-medios-Actas-del-XIII-Congreso-Internacional-de-Ciberperiodismo-Informazioa-eta-Big-Data-hedabideen-sistema-hibridoan-Ziberkazetaritzari-buruzko-XIII.pdf#page=7

Antoni Ruiz Bueno, (2021). “El contenido y su análisis: Enfoque y proceso.”

Recuperado de: https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/179232/1/El_contenido_su_analisis_2021.pdf

António Pedro Costa y João Amado, (2019). “Historial y Definiciones de Análisis de Contenido”

Recuperado de: <https://es.ludomedia.org/historial-y-definiciones-de-analisis-de-contenido/>

Bernardino Rodríguez (2024). “La evolución de la fotografía periodística en la era digital”

Recuperado de: <https://colegiodeperiodistasaqp.com/la-evolucion-de-la-fotografia-periodistica-en-la-era-digital/>

Carolina Urcuyo Lara y Mariana Álvarez Calvo, (2024). “Análisis de casos: influencia que las narrativas periodísticas digitales tienen en el diálogo mediático y el imaginario social sobre los femicidios en Costa Rica”

Recuperado de: <file:///C:/Users/Cami/Downloads/Influencia+narrativas+periodisticas+imaginario+social+femicidios+Costa+Rica.pdf>

Clarín. (2023). “Medios de comunicación: qué son, definición y para qué sirven.

Recuperado de: https://www.clarin.com/viste/medios-comunicacion-definicion-sirven_0_7t4Hay1GuD.html

Clarín, (2024). “Medios de Comunicación: qué son, definición y para qué sirven”

Recuperado de: https://www.clarin.com/viste/medios-comunicacion-definicion-sirven_0_7t4Hay1GuD.html?srsItd=AfmBOorknv4tdDHmjQJl10hvlKr1X95gPRylL9PQaCWZf8_XhTFngqCm

Collaguazo, et al. (2020). Cambio Climático: tratamiento mediático en televisoras locales.

Casqui, Revista Latinoamericana de Comunicación.

Recuperado de:

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj54_3DobiEaxUESTABHWObCboQFnoECBsQAQ&url=

<https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F7718501.pdf&u sg=AOvVaw1eugtkB2AESHgq-sldeJS6&opi=89978449>

Comisión Europea, (2024). “Consecuencias del cambio climático”

Recuperado de: https://climate.ec.europa.eu/climate-change/consequences-climate-change_es

Concepto, (2024). “Medios de comunicación”

Recuperado de: <https://concepto.de/medios-de-comunicacion/>

Cristina Crespo Garay, (2019). “Fotoperiodismo: la conciencia del mundo desde primera línea”

Recuperado de: <https://www.nationalgeographic.es/historia/2019/03/fotoperiodismo-la-conciencia-del-mundo-desde-primera-linea>

Cristina Ortega (2024). “Investigación mixta. Qué es y tipos que existen”

Recuperado de: <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-mixta/>

Cruz, María. (2005). EL ANÁLISIS DOCUMENTAL: INDIZACIÓN Y RESUMEN EN BASES DE DATOS ESPECIALIZADAS.

Recuperado de:

http://eprints.rclis.org/6015/1/An%C3%A1lisis_documental_indizaci%C3%B3n_y_resumen.pdf

Daniela Solís Adolio, (2023). “Cambio climático y guerras: enemigos inseparables que amenazan a nuestro planeta”

Recuperado de: <https://ojoalclima.com/articles/cambio-climatico-y-guerras-enemigos-inseparables-que-amenazan-a-nuestro-planeta>

Danilo Silvio Donolo, (2009). “Triangulación: Procedimiento incorporado a nuevas metodologías de investigación”

Recuperado de: <https://www.revista.unam.mx/vol.10/num8/art53/int53-3.htm#a>

De Rueda, Ángela. (2014). El discurso político y el tratamiento periodístico del cambio climático en la prensa española durante las Conferencias de las Partes de Naciones Unidas de Copenhagen (2009) a Varsovia (2013). [Tesis doctoral, Universidad Cardenal Herrera-CEU]. CEU Biblioteca.

Recuperado de: <https://repositorioinstitucional.ceu.es/handle/10637/7389>

Diego Fernando Barrionuevo Ojeda, (2023). “Tratamiento informativo de los temas ambientales en los medios de comunicación impresos de la ciudad de Riobamba, periodo 1990 – 2000”

Recuperado de:

<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/10740/1/Barrionuevo%20Ojeda%20OD.%20%282023%29%20Tratamient%20informativo%20de%20los%20temas%20ambientales%20en%20los%20medios%20de%20comunicaci%3b3n%20impresos%20de%20la%20ciudad%20de%20Riobamba%2c%20periodo%201990%20-%202000..pdf>

Dora Cervantes Deboni, (2021). “La construcción del marco teórico en la investigación científica”

Recuperado de: [file:///C:/Users/Cami/Downloads/165-Texto%20del%20art%C3%ADculo-220-1-10-20210818%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Cami/Downloads/165-Texto%20del%20art%C3%ADculo-220-1-10-20210818%20(1).pdf)

Edwin Gómez Chipana, (2020). “Análisis correlacional de la formación académico-profesional y cultura tributaria de los estudiantes de marketing y dirección de empresas”

Recuperado de: <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n6/2218-3620-rus-12-06-478.pdf>

Elsa Boloix Roura, (2019). “Fotoperiodismo 3.0 Los periódicos generalistas españoles y catalanes en Instagram”

Recuperado de: file:///C:/Users/Cami/Downloads/Fotoperiodismo_Boloix_-2019.pdf

Enel Green Power, (2024). “El cambio climático: causas, efectos y remedios”

Recuperado de: <https://www.enelgreenpower.com/es/learning-hub/transicion-energetica/cambio-climatico-causas-consecuencias>

Equipo editorial, Etecé. (2024). "Medios de comunicación".

Recuperado de: <https://concepto.de/medios-de-comunicacion/>

Equipo editorial, Etecé (2024). “Método cuantitativo”

Recuperado de: <https://concepto.de/metodo-cuantitativo/>

Eric Casáis, (2013). “Fotoperiodismo y Foto arte Segundo capítulo de "La noticia como producto"

Recuperado de: <https://www.uv.mx/personal/lenunez/files/2013/06/Fotoperiodismo-y-Fotoarte.pdf>

Esther Chiner, (2011). “Investigación descriptiva mediante encuestas”

Recuperado de: <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19380/34/Tema%208-Encuestas.pdf>

Euroinnova, (2024). “Conoce más a fondo qué es fotoperiodismo y su relevancia en la humanidad”

Recuperado de: <https://www.euroinnova.com/blog/que-es-fotoperiodismo#importancia-del-fotoperiodismo>

Falcón, et al., (2019). “La encuesta como instrumento de recolección de datos sociales: Resultados diagnóstico para la intervención en el Barrio Paloma de la Paz (La Olla) - ciudad de Corrientes (2017-2018)”

Recuperado de: https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.13544/ev.13544.pdf

Fontcuberta, Joan. (2020). El fotoperiodismo según Mr. Smith. Editorial Gustavo Gili.

Recuperado de: <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/wp-content/uploads/sites/45/2020/07/W.-Eugene-Smith-Fotoperiodismo.pdf>

Francisco Javier Marco Sanjuán, (2024). “Nivel de confianza: qué es y cómo funciona en estadística”

Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/nivel-de-confianza.html>

Freddy Esquivel Corella, (2013). “Lineamientos para diseñar un estado de la cuestión en investigación educativa”.

Recuperado de: <file:///C:/Users/Cami/Downloads/10631-Texto%20del%20art%C3%ADculo-15481-3-10-20131107.pdf>

Fredy George Olivos Romero, (2023). “La técnica e instrumento en la investigación científica”

Recuperado de: <https://revista.sciencevolution.com/index.php/sciencevolution/article/view/62>

Sandra Luz Hernández Mendoza y Danae Duana Ávila, (2020). “Técnicas e instrumentos de recolección de datos”.

Recuperado de: <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/6019>

Garea, Carmen. (2021). Entrevista a profundidad: del diseño al análisis (con ejemplos).

Recuperado de: <https://freed.tools/blogs/ux-cx/entrevistas-profundidad>

González, Carlos. (2018). Tratamiento periodístico del cambio climático en los diarios peruanos El Comercio y La República (2013-2017). [Trabajo de investigación, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú]. Scielo.

Recuperado de: https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-15292018000200026

Greenpeace. (2023). Cambio Climático.

Recuperado de: <https://es.greenpeace.org/es/trabajamos-en/cambio-climatico/>

Gutiérrez, et al., (2010). “El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española”

Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/860/86020052017.pdf>

Hernández, et al., (2006). Metodología de la investigación. Editorial McGraw-Hill Interamericana.

Recuperado de: https://e-campus.uia.ac.cr/pluginfile.php/128040/mod_resource/content/1/Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20SAMPIERI.pdf

Ignasi Fernández, (2023). “¿Qué es una encuesta?”

Recuperado de: <https://www.waretesters.com/investigacion-de-mercados/que-es-una-encuesta/>

Javier Murillo Torrecilla, (2013). “La entrevista”

Recuperado de: http://www2.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf

Julio Meneses y David Rodríguez, (2011). “El cuestionario y la entrevista”

Recuperado de: <https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario-entrevista/cuestionario-entrevista.pdf>

Karla Mora Mora, (2023). “Análisis comparativo de los discursos periodísticos violentos de femicidio en los diarios la Extra y la Teja en Costa Rica años 2007-2008 y 2017-2018 para un abordaje noticioso con perspectiva de género”.

Recuperado de: <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/server/api/core/bitstreams/59715616-43ff-4615-8381-89b5aa4056e7/content>

Lamiaie Belghanou Tarhouli, (2022). “Tratamiento informativo sobre la enfermedad mental en los medios de comunicación”.

Recuperado de: <https://dspace.umh.es/bitstream/11000/27787/1/TFG-Belghanou%20Tarhouli%2c%20Lamiaie.pdf>

Laura Ahmed y Susana Bermúdez, (2010). “¿Qué es el fotoperiodismo?”

Recuperado de: https://buenosaires.gob.ar/areas/educacion/niveles/primaria/programas/medios_en_la_escuela/fotoperiodismo.pdf

Lisboa, Rita. (2019). Focus Group: ¿Qué es esta metodología y como aplicarla a tu estrategia de marketing?

Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/focus-group/>

Lucía Molina, (2022). “Acueductos de Asada dañados por lluvias: “Hace 30 años no teníamos una afectación de este tipo”

Recuperado de: <https://semanariouniversidad.com/pais/acueductos-de-asadas-danados-por-lluvias-hace-30-anos-no-teniamos-una-afectacion-de-este-tipo/#:~:text=Tambi%C3%A9n%2C%20ante%20una%20crecida%20de,una%20afectaci%C3%B3n%20de%20este%20tipo%E2%80%9D.>

Lázcares, Glenda. (2012). “ Los juicios paralelos de la prensa y su afectación sobre el imputado y el juez: Análisis del tratamiento periodístico aplicado por La Nación y

Diario Extra al Caso Caja-Fischel, de octubre del 2004 a octubre del 2009 ”[Tesis de licenciatura no publicada]. Universidad Internacional de las Américas.

Recuperado de: <http://opac.uia.ac.cr/bib/1785>

M. en E. Neftali Toledo Díaz de León, (2016). “Población y Muestra”

Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/80531608.pdf>

Manos Unidas. (2023). Cambio Climático.

Recuperado de: <https://www.manosunidas.org/observatorio/cambio-climatico/definicion-cambio-climatico>

Manrique Vindas Segura, (2021). “ONU advierte que la crisis se acelera tras pandemia”

Recuperado de: <https://vinv.ucr.ac.cr/es/noticias/onu-advierde-que-la-crisis-climatica-se-acelera-tras-pandemia>

Manrique Vindas Segura, (2022). “Equipo científico calcula en qué año el calor será “insostenible” para casi todo el planeta”

Recuperado de: <https://vinv.ucr.ac.cr/es/noticias/equipo-cientifico-calcula-en-que-ano-el-calor-sera-insostenible-para-casi-todo-el-planeta>

Manrique Vindas Segura, (2023). “Amplían investigación y cooperación científica sobre conservación marina entre Centroamérica y Francia”

Recuperado de: <https://vinv.ucr.ac.cr/es/noticias/amplian-investigacion-y-cooperacion-cientifica-sobre-conservacion-marina-entre>

Manuel Bermúdez y AFP, (2023). “Cambio Climático también agobia al Cono Sur con uno de los inviernos más calurosos de su historia”

Recuperado de: <https://vinv.ucr.ac.cr/es/noticias/el-ano-2023-fue-el-mas-caliente-con-impacto-particular-en-america-latina-0>

Mario Fernández Calderón, (2022). “El cambio climático podría llevar a una disminución de Omega 3 relacionada con el aumento de la temperatura”.

Recuperado de: <https://ojoalclima.com/articulos/el-cambio-climatico-podria-llevar-a-una-disminucion-de-omega-3-relacionada-con-el-aumento-de-la-temperatura>

María Núñez Chacón, (2024). “Crisis climática impactaría con mayor fuerza a mujeres por sobre prestación en empleos poco demandados”

Recuperado de: <https://semanariouniversidad.com/pais/crisis-climatica-impactaria-con-mayor-fuerza-a-mujeres-por-sobrerrepresentacion-en-empleos-poco-demandados/>

Medina, et al., (2023). “Metodología de la investigación. Técnicas e instrumentos de investigación”

Recuperado de: <https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/download/90/133/157?inline=1>

Michelle Soto Méndez, (2024). “El cambio climático ha causado daños por 41.000 millones de dólares en apenas 6 meses”.

Recuperado de: <https://ojoalclima.com/articulos/el-cambio-climatico-ha-causado-danos-por-41-000-millones-de-dolares-en- apenas-6-meses>

Miguel Aigeneren, (2008). “Análisis de contenido: una introducción”

Recuperado de: <file:///C:/Users/Cami/Downloads/maigner,+1550-4906-1-CE.pdf>

Muguira, Andrés. (2023). Focus Groups. Que son, para que sirven y como realizarlos.

Recuperado de: https://www.questionpro.com/blog/es/focus-groups/#que_es_un_focus_group

Murillo, Roger. (2012). “Tratamiento Periodístico del Periódico La Nación al Tema de Sobrepeso y Obesidad Infantil” [Tesis de licenciatura no publicada].

Recuperado de: Universidad Internacional de las Américas

Mónica Pupo, (2024). “¿Por qué el fotoperiodismo es importante?”

Recuperado de: <https://monicapupo.com/por-que-el-fotoperiodismo-es-importante/>

Nicolás Bustamante, Manrique Vindas Segura y Daisy Arroyo Mora, (2024). “ El año 2023 fue el más caliente con impacto particular en América Latina”

Recuperado de: <https://vinv.ucr.ac.cr/es/noticias/el-ano-2023-fue-el-mas-caliente-con-impacto-particular-en-america-latina-0>

Néstor D. Suárez-Montes, Jessica V. Sáenz-Gavilanes y Jessica M. Mero-Vélez, (2016). “Elementos esenciales del diseño de la investigación. Sus características”

Recuperado de: <file:///C:/Users/Cami/Downloads/Dialnet-ElementosEsencialesDelDisenoDeLaInvestigacionSusCa-5802935.pdf>

Ojo al Clima. (2015). Quienes somos.

Recuperado de: <https://ojoalclima.com/quienes-somos>

ONU Mujeres, (2012). “Estrategia para los medios de comunicación”

Recuperado de: <https://www.endvawnow.org/es/articles/1244-estrategia-para-los-medios-de-comunicacin.html>

Organización de las Naciones Unidas. (2023). ¿Qué es el cambio climático?

Recuperado de: <https://www.un.org/es/climatechange/what-is-climate-change>

Organización de las Naciones Unidas (2024). “Acerca de Cambio Climático”

Recuperado de: <https://www.cepal.org/es/temas/cambio-climatico/acerca-cambio-climatico>

Organización de las Naciones Unidas (2024). “El calor vuelve a batir récord en julio”

Recuperado de: <https://news.un.org/es/story/2024/08/1531811>

Organización de las Naciones Unidas (2024). “Sudán, Gaza, muertes por calor, Oropouche...

Las noticias del viernes”

Recuperado de: <https://news.un.org/es/story/2024/08/1531731>

Organización de las Naciones Unidas, CEPAL (2024). “Medios de comunicación”

Recuperado

de:

https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/1263/1/MEDIOS%20DE%20COMUNICACION%20C3%93N.pdf

Organización Meteorológica Mundial (2024). “Europa sufrió inundaciones generalizadas y graves olas de calor en 2023”

Recuperado de: <https://wmo.int/es/media/news/europa-sufrio-inundaciones-generalizadas-y-graves-olas-de-calor-en-2023>

Portal de la Investigación. (2007). Medios de comunicación de la Vicerrectoría de la Investigación.

Recuperado de: <https://vinv.ucr.ac.cr/es/medios-de-comunicacion-de-la-vice-rectoria-de-investigacion>

Rayo, José. (2007). “El tratamiento periodístico de las noticias sobre el Tratado de Libre Comercio entre Centro América, República Dominicana y Estados Unidos, en los diarios Extra y La Nación” [Tesis de licenciatura no publicada]. Universidad Internacional de las Américas.

Recuperado de: <https://opac.uia.ac.cr/bib/3063>

Rosario Peiró. (2020). “Medios de comunicación”.

Recuperado de: https://economipedia.com/definiciones/medios-de-comunicacion.html#google_vignette

Sandra Luz Hernández Mendoza y Danae Duana Ávila, (2020). “Técnicas e instrumentos de recolección de datos”.

Recuperado de: <file:///C:/Users/Cami/Downloads/6019-Manuscrito-35678-1-10-20201120.pdf>

Santander University, (2021). “Investigación cualitativa y cuantitativa: características, ventajas y limitaciones”

Recuperado de: <https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/cualitativa-y-cuantitativa.html>

Tesis Doctorales, (2021). “Tesis con entrevistas: las claves para un buen desarrollo”.

Recuperado de: <https://tesisdoctoralesonline.com/tesis-con-entrevistas-las-claves-para-un-buen-desarrollo/>

Ubaldo E, Miranda Soberón y Zully Acosta E, (2009). “Fuentes de información para la recolección de información cuantitativa y cualitativa”

Recuperado de: <https://docs.bvsalud.org/biblioref/2018/06/885032/texto-no-2-fuentes-de-informacion.pdf>

Universidad Europea, (2023). “¿Qué es una entrevista?”

Recuperado de: <https://universidadeuropea.com/blog/que-es-una-entrevista/>

Universidad San Marcos, (2019). “Fuentes de información para la recolección de información cuantitativa y cualitativa”

Recuperado de: <https://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/bitstream/handle/11506/1267/LEC%20MET%200007%202020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Universidad Veracruzana, (2024). “Tipos de investigación”.

Recuperado de: <https://www.uv.mx/apps/bdh/investigacion/unidad1/investigacion-tipos.html>

URBE, (2012). “Metodología de la investigación”

Recuperado de: <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0092660/cap03.pdf>

Velázquez, Aldrin. (2022). ¿Qué son las entrevistas a profundidad?

Recuperado de: <https://www.questionpro.com/blog/es/entrevistas-a-profundidad/#:~:text=Las%20entrevistas%20a%20profundidad%20son,y%20percepci%C3%B3n%20de%20los%20entrevistados>

Yolanda Pérez Carrillo, (2020). “¿Qué es el estado de la cuestión en un proceso de investigación? (Desde la mirada de estudiantes de licenciatura de la carrera de Sociología de la Universidad Nacional, Costa Rica)”.

Recuperado de: <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/repertorio/article/download/15500/21802?inline=1>

Zulay Pereira Pérez, (2011). “Los diseños de método mixto en la investigación en educación:

Una experiencia concreta Revista Electrónica Educare, vol. XV”

Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1941/194118804003.pdf>

7. Anexos

7.1 Entrevistas

Fecha: __03__/_10__/_2024__

Nombre del Entrevistador: María Camila Monge Mora

Nombre del Entrevistado: Michelle Soto Méndez

Institución, Empresa o Comunidad: 4 años en Ojo al Clima

1. ¿Cómo decide qué aspectos del cambio climático son más relevantes o urgentes para cubrir en sus reportajes?

Tenemos una dinámica de tres pasos: a) verificamos que el tema esté realmente relacionado a cambio climático, b) identificamos la proximidad (Costa Rica, Centroamérica, Latinoamérica y mundial) y c) aplicamos los criterios de noticiabilidad (acción definitoria)

2. ¿Cómo determina el tono y el enfoque de sus artículos sobre el cambio climático? ¿Utiliza estrategias específicas para captar la atención del público?

Trabajamos tres tipos de artículos:

a) Noticia: su estructura es informativa y está bien establecida desde el periodismo (6W, pirámide invertida, etc.).

b) Reportajes, entrevistas y otros artículos especiales: dependiendo del enfoque se selecciona el género narrativo y se estructura la información.

c) Opinión (también conocidos como Op. Ed): estos son artículos generados por terceros (no necesariamente periodistas) y pasan por el ojo de la editora para comprobar su pertinencia con el tema climático y verificar que no se incluya en ninguna irregularidad o ilegalidad.

3. En su experiencia, ¿qué estrategias de comunicación han demostrado ser más efectivas para movilizar a la audiencia hacia la acción en temas de cambio climático?

Es importante aclarar que la comunicación es mucho más amplia, diversa en disciplinas y compleja, entonces te puedo responder la pregunta sólo desde nuestra experiencia.

A nosotros, desde el periodismo que realizamos en Ojo al Clima, nos han funcionado los especiales (no permite tratar un tema en más profundidad) y los explicativos (como su nombre lo dice nos permite explicar un tema para así generar una base de conocimiento básica).

En redes sociales, nos funcionan los contenidos pensados en LinkedIn e IG.

4. En su opinión, ¿cuál es la relevancia del fotoperiodismo en la cobertura de noticias sobre cambio climático?

La verdad es que el fotoperiodismo es relevante en la cobertura de todos los temas. El papel del fotoperiodismo en cambio climático tiene un reto muy grande porque muchos de los temas tienden a ser más conceptuales e incluso abstractos, entonces llevarlos a la

imagen tiene una gran responsabilidad. El fotoperiodismo se debe ejercer con ética para evitar caer en el sensacionalismo o amarillismo.

5. ¿Qué criterios utiliza para seleccionar las imágenes que acompañan a sus reportajes sobre cambio climático?

Las imágenes deben ser congruentes a los valores éticos de Ojo al Clima y aportar narrativamente a lo que se está comunicando.

6. ¿Con qué frecuencia aborda temas relacionados con el cambio climático en sus artículos o reportajes?

Siempre, nos dedicamos a hacer periodismo climático.

7. ¿Ha notado cambios en la percepción del público hacia el cambio climático en los últimos años? Si es así, ¿cuáles?

Hay una mayor conciencia, pero también más personas evitan las noticias porque el tema les abruma y genera ansiedad. También, sobre todo después de la pandemia, hay fatiga mediática.

El Instituto Reuters - Oxford ha publicado informes al respecto.

Fecha: __16__/_10__/_2024__

Nombre del Entrevistador: María Camila Monge Mora

Nombre del Entrevistado: Mario Fernández Calderón

Institución, Empresa o Comunidad: Periodista asistente de Ojo al clima en prensa web y escrita

1. ¿Cómo decide qué aspectos del cambio climático son más relevantes o urgentes para cubrir en sus investigaciones?

R/ Naturalmente mi editora me da los temas, pero cuando veo algo asociado a Costa Rica y que puede afectar a nivel de Cambio climático o biodiversidad, investigo un poco para proponer el tema a mi editora

2. ¿Cómo determina el tono y el enfoque de sus artículos sobre el cambio climático? ¿Utiliza estrategias específicas para captar la atención del público?

R/ Lo que yo hago es que me imagino que le estoy contando la nota a alguien que no sabe nada del tema mientras comemos, además trato de ir explicando poco a poco cada sección y poniendo primero lo que es necesario para que entiendan el resto de la nota

3. En su experiencia, ¿qué estrategias de comunicación han demostrado ser más efectivas para movilizar a la audiencia hacia la acción en temas de cambio climático?

R/ Algo que me parece que sirve mucho son los videos en redes sociales, es más sencillo que las personas pongan atención y les permite compartirlo, por lo que creo que les gusta más y les es más fácil de profundizar

4. En su opinión, ¿cuál es la relevancia del fotoperiodismo en la cobertura de noticias sobre cambio climático?

R/ Aunque yo no practique este formato en el periodismo, considero que es vital poder mostrarle al público la realidad de lo que se está sufriendo por el cambio climático, entonces veo el fotoperiodismo como un formato bastante útil para poder comunicar y llegarle al corazón de las audiencias.

5. ¿Qué criterios utiliza para seleccionar las imágenes que acompañan a sus artículos e investigaciones sobre cambio climático?

R/ Me gustan imágenes donde se muestre a los y las investigadores en acción, pero al mismo tiempo donde se pueda ver realmente como es que el cambio climático realmente está afectando al planeta.

6. ¿Con qué frecuencia aborda temas relacionados con el cambio climático en sus artículos?

R/ Una muy alta frecuencia, el 90% de mis artículos, sino es que más, están relacionados a cambio climático.

7. ¿Ha notado cambios en la percepción del público hacia el cambio climático en los últimos años? Si es así, ¿cuáles?

R/ Pues la gente cada vez se da cuenta del problema en el que estamos, sin embargo también crece la parte que no cree que el cambio climático sea real y eso es algo muy preocupante, ya que combatir contra esos sesgos es complicado. Mientras tanto, las personas que si reconocen que el cambio climático es real, creo que conforme más han ido aprendiendo, también se han vuelto más conscientes de la realidad en la que estamos.

Fecha: __9__/_10__/_2024__

Nombre del Entrevistador: María Camila Monge Mora

Nombre del Entrevistado: Vinicio Chacón Soto

Institución, Empresa o Comunidad: 10 años en Semanario Universidad

1. ¿Cómo decide qué aspectos del cambio climático son más relevantes o urgentes para cubrir en sus reportajes?

Supongo que lo más urgente siempre es el tema de eventos climáticos severos, tanto el aumento de las temperaturas como ahora el super huracán. Entonces, creo que eso es lo que en primera instancia nos hace llamar la atención al problema, porque son los efectos más notorios y visibles, pero además los efectos como mayores consecuencias a nivel de la vida de la gente.

2. ¿Cómo determina el tono y el enfoque de sus artículos sobre el cambio climático? ¿Utiliza estrategias específicas para captar la atención del público?

No sé si para captar la atención del público, usualmente el primer criterio que define el enfoque para cualquier nota y para cualquier agenda es el interés público, entonces, pues remitiéndome un poco a la respuesta de la pregunta anterior, obviamente que cuando hay eventos climáticos fuertes.

Por sí solo pensaría uno que quería captar la atención del público, porque nosotros, siendo el Semanario, siempre buscamos dar un enfoque que vaya un paso más allá, es decir, no solo informar sobre un evento climatológico que está pasando, sino, bueno, le estoy hablando de nosotros como nosotros, Ojo al Clima tiene su manera de trabajar, pero nosotros

siempre enfocándonos un poco en los modelos económicos que se han seguido, que definen ciertos tipos de explotación, de ciertos tipos de cosas, y que terminan incidiendo cada vez más directamente en el clima.

3. En su experiencia, ¿qué estrategias de comunicación han demostrado ser más efectivas para movilizar a la audiencia hacia la acción en temas de cambio climático?

Bueno, supongo yo que esa sería la pregunta del millón de pesos. Yo no sé qué tanto, yo no sé si podríamos decir que el público hace algo, digamos, uno sale y ve la vida cotidiana y usted ve a la gente igual, o sea, una persona por carro y todo ese tipo de cosas. A nivel del sistema también, no tenemos un transporte público eficiente y todas esas cosas que deberíamos tener. ¿Entonces, ahora, qué convoca la gente a moverse respecto al cambio climático?

Aquí el tema es que yo soy un gran pesimista. Entonces de ahí yo no sé, porque, por ejemplo, agarremos el ejemplo ahora, este huracán enorme que está azotando la Florida, ya la Florida ha tenido un montón de incidentes en los últimos años, de que en Miami y todo, de que se inundan, se les mete el mar y aun así votan por un estúpido gobernador que lo niega. Entonces a mí me gustaría poderles contar eso. Yo no sé cómo convocar a la gente para que se mueva. Uno le da la información y le dice, mira, desde hace 100 años se dijo que los hidrocarburos podían tener este problema y todo, y ahí seguimos.

4. En su opinión, ¿cuál es la relevancia del fotoperiodismo en la cobertura de noticias sobre cambio climático?

Bueno, enorme, porque todo entró por los ojos y creo que puede ser muy impactante una foto de cuerpos de agua que se secaron, de cumbres nevadas, de montañas que también

se secaron, de zonas áreas donde antes había cultivos, ese tipo de cosas por supuesto que impactan mucho.

5. ¿Qué criterios utiliza para seleccionar las imágenes que acompañan a sus reportajes sobre cambio climático?

Sí, eso es una muy, muy buena pregunta. Supongo que depende de cada tema, cada nota, de qué específicamente se está hablando, ¿verdad?

Uno siempre prefiere usar fotos en que esté presente como el elemento humano, el factor humano, como las personas se están enfrentando a eso en diferentes lugares del mundo, pero al mismo tiempo se debe tener un equilibrio de que algunas imágenes puedan ser muy gráficas, que hay que respetar la dignidad de la gente, todo eso, ¿verdad? Pero, digamos, para contestar a su pregunta, supongo que lo ideal es una foto que muestre el drama humano que implica el cambio climático.

6. ¿Con qué frecuencia aborda temas relacionados con el cambio climático en sus artículos o reportajes?

Bueno, con muy poca frecuencia ya porque tenemos un suplemento dedicado a eso. Entonces, a mí cuando me toca temas ambientales, sí, muy a menudo. Pero sobre todo tienen que ver con denuncias de abusos o explotación ilegal, o iniciativas para, como me pasa ahora con el portal, poner rellenos sanitarios en medio de una montaña, cosas así.

Entonces, mucha denuncia, sobre todo, es lo que nos ha tocado en materia ambiental. Y esos temas ambientales, de una manera u otra, todo el tiempo estamos abordando.

7. ¿Ha notado cambios en la percepción del público hacia el cambio climático en los últimos años? Si es así, ¿cuáles?

Supongo que sí, me parece percibir que, por ejemplo, hace unos años, todavía la gente que lo negaba tenía como, pues, uno sentía como que el público le daba un poco más de pelota. Me parece que ahora, quienes lo niegan es alguna gente por algún interés económico político, o por alguna afinidad ideológica rara. Pero creo que hoy en día es más comúnmente aceptado que es un proceso que está en marcha.

Fecha: __9__/_10__/_2024__

Nombre del Entrevistador: María Camila Monge Mora

Nombre del Entrevistado: Fabián Hernández Mena

Institución, Empresa o Comunidad: 3 años en Semanario Universidad

1. ¿Cómo decide qué aspectos del cambio climático son más relevantes o urgentes para cubrir en sus reportajes?

Bueno, nada más para resumirte, digamos que la función que se cumple ahí, en verdad, en teoría nada más es un acompañamiento, lo cual me parece un poco desperdicio de recursos, recursos humanos. Yo lo que hago generalmente es acompañar a los periodistas, pero bueno, cuando estoy en labores fotográficas, normalmente lo que se escogen son los temas que impactan, inundaciones, como cosas que palpen más lo que está pasando con el clima en el mundo.

La cantidad poblacional que genera un montón de basura, por ejemplo, las inundaciones, como te digo, los días calurosos, por ejemplo, también, los picos de días de mucho calor, de mucha lluvia. Sí, como te digo, más que nada es un acompañamiento, entonces la escogencia lamentablemente no es parte de la mayoría de las cosas que hago.

2. ¿Cómo determina el tono y el enfoque de sus artículos sobre el cambio climático? ¿Utiliza estrategias específicas para captar la atención del público?

Sí, bueno, trato de cargar simbólicamente lo que me permita en los lugares donde estoy. Entonces, ¿Qué quieres decir con esto? Que depende de las circunstancias, trato de encuadrar o trato de buscar todos los simbolismos que den una carga mayor a la imagen, para

generar mayor impacto y que sea visualmente un ejemplo más claro de lo que está pasando. Son cargas simbólicas, dependiendo del espacio donde uno está.

3. En su experiencia, ¿qué estrategias de comunicación han demostrado ser más efectivas para movilizar a la audiencia hacia la acción en temas de cambio climático?

Creo que sería más como documentar a personas de cambio, digamos, como ONGs o como grupos sociales, ¿verdad? Ya que ya estén generando esa lucha y mostrar esas historias. Porque creo que es más fácil que las personas vean ejemplos de otras personas haciéndolo y que los motiven también a generar esos cambios.

Más allá de hacer fotos, qué sé yo, de incendios masivos o de inundaciones, creo que más que nada es mostrar como eso, a gente de cambio ya directamente. Hay gente que ya está haciendo lo que deberíamos hacer todos.

4. En su opinión, ¿cuál es la relevancia del fotoperiodismo en la cobertura de noticias sobre cambio climático?

Yo creo que es mucho más importante que el texto, porque es lo que demuestra las circunstancias de lo que está pasando, lo palpable, lo que ya está. Cuando uno es cuando se escribe, vos narradas y decís, puedes contar cosas, pero todos tenemos claro que la simbología, más que la decodificación del texto, el texto visual es mucho más "llegadero" también por el momento en que vivimos, que estamos llenos de imágenes.

Creo que en la imagen lo que genera es el impacto directo, es más palpable ver lo que está pasando. O sea, ahí sí te digo, ver unas fotos de inundaciones, por ejemplo, si es mucho más llamativo que te cuenten el barrio tal se está inundando, por ejemplo.

5. ¿Qué criterios utiliza para seleccionar las imágenes que acompañan a sus reportajes sobre cambio climático?

Lo que te puedo decir más bien, cuáles son las imágenes que yo escojo para dejar en la carpeta porque tampoco tenemos injerencia, bueno, sí, sí, tal vez se lo puede comentar con algunos periodistas que son más cercanos, pero con otros a veces no hay caso. Pero es simplemente una estrategia de hacer una edición específica y plantear las imágenes que hagan más referencia y que sean más impactantes, por redundar, bueno, es la palabra así, que impactan más visualmente.

Entonces, lo que yo hago como estrategia, ya que en algunos momentos no tengo la posibilidad de elegir cuál imagen va, o por lo menos no dentro del espacio donde estoy, ya mis trabajos personales o en otros trabajos es diferente. Es eso, hacer la selección de las imágenes que; uno, te cuenten muy claro lo que está pasando, dos, que sean imágenes que también generen cuestionamientos, o sea, que a la persona le haga cuestionarse, “pucha”, qué sé yo, si yo lleno el río de basura, obviamente se va a inundar, por ejemplo.

Entonces, ese tipo de imágenes, y tres, que técnicamente sean las mejores, que tengan buena iluminación o que por lo menos sean, no necesariamente una iluminación, pero que por lo menos tengan una composición bien establecida, dar la mayor cantidad de símbolos para lograr el cometido, que estén bien tomadas. Quiero decir con que estén bien tomadas, que haya una buena calibración del triángulo de la exposición. Esto de que la velocidad, la abertura y el ISO generen una imagen que se sienta que esté bien tomada, que no se sienta que las luces altas estén quemadas o que las sombras no vayan negras, por ejemplo, ese tipo de cosas.

6. ¿Con qué frecuencia aborda temas relacionados con el cambio climático en sus artículos o reportajes?

Bueno, yo también trabajo para ojo el clima, pero ojo el clima lo que hace es más que nada como propuestas de corregir, de mitigar el cambio climático.

En el periódico nacional es donde se abordan como los temas más judiciales sobre los problemáticos del cambio climático. Entonces, o sea, es una cuestión más del día a día del trabajo, que se yo que alguien está tocando el tema de inundaciones, por lo que nos volvemos con ese tema, para eso es como más impresionante.

Entonces, puede haber semanas que sea la mayoría del trabajo o pueda haber semanas que no toquemos el tema para nada. Entonces, es variedad, pero no siempre es la constante.

7. ¿Ha notado cambios en la percepción del público hacia el cambio climático en los últimos años? Si es así, ¿cuáles?

Sí y sí, por lo menos ya, por lo menos ya se habla de cambio climático, ¿no? Sí, sí, claro. Sí. Falta todavía falta mucho, verdad. Porque hay muchos factores que, claro, alguien puede decir, ay, si estamos en el cambio climático, pero sale por allá que se lleva una película o un nuevo disco de alguien y ya se mitiga, verdad, se solapa el tema.

Fecha: __11__/_10__/_2024__

Nombre del Entrevistador: María Camila Monge Mora

Nombre del Entrevistado: Melvin Lizano Araya

Institución, Empresa o Comunidad: 13 años como docente investigador de la Escuela de Geografía de la UCR.

1. ¿Cómo decide qué aspectos del cambio climático son más relevantes o urgentes para cubrir en sus reportajes?

Bueno, en el caso mío, digamos, desde que empecé mi trabajo de maestría, de especialidad, estuvo dirigido hacia lo que fue la generación de escenarios ante el aumento del nivel del mar a Punta Arenas porque había en aquel momento, eso fue por ahí el 2010, tal vez es para comentarte así rápidamente, existía la necesidad porque a nivel de país, primero las costas siempre, y la gente las olvida, ¿verdad?

Empezando por ahí, digamos, si lo vemos desde un punto político, la política se olvida las costas, entonces había una oportunidad de generarle productos al país para la toma de decisiones en temáticas de ordenamiento territorial o planificación urbana, entonces digamos que surgió como ese nicho.

Lo hemos aprovechado y a partir del 2010 hasta el presente hemos venido sistemáticamente trabajando en investigaciones que ayuden a los tomadores de decisiones a contar con información oportuna proyectada, digamos, a los horizontes 2030, 2050, 2070 y 2100.

2. ¿Cómo determina el tono y el enfoque de sus artículos sobre el cambio climático? ¿Utiliza estrategias específicas para captar la atención del público?

Vamos a ver, va más orientado, digamos, o a nivel de estrategia, generalmente cuando surgen artículos de este nivel, lo mandamos, digamos, a los medios, los medios eventualmente son los que replican y eventualmente le dan la difusión, digamos, a los estudios, pero un poco esa evolución a nivel país, ¿verdad? Y que eventualmente también autoridades, digamos en este caso municipalidades o entes políticos que tengan que ver con la materia se interesen, nos busquen, ¿verdad?

Se trata de articular de mejor forma cómo insertar este producto, digamos, en planes reguladores, por ejemplo, a nivel de la costa, que ya no digan no hay información, sino que hay información y que esa información sirve para básicamente saber cuáles son las áreas más amenazadas en un futuro y eventualmente establecer, bueno, a nivel de gestión del riesgo, cuál es el riesgo que pueda haber.

Entonces es como brindar esas nuevas, digamos, oportunidades buscando o entrando, porque la parte política a veces es muy difícil, entrando por los medios de comunicación y eventualmente haciendo campañas en las comunidades de evolución de resultados, digamos que son abiertas al público, digamos exposiciones.

3. En su experiencia, ¿qué estrategias de comunicación han demostrado ser más efectivas para movilizar a la audiencia hacia la acción en temas de cambio climático?

Sí, bueno, específicamente cuando se hace el llamado a la comunidad, digamos, para hacer la evolución de los resultados de los estudios, eso generalmente es lo que mejor pega o calza, si lo vemos desde ese punto, y te puedo poner varios ejemplos.

Ya hemos hecho algunos trabajos, digamos, en Tamarindo, se han hecho trabajos en Ojancha y en Carmona, que es Nandayure, después en Puntarenas, Caldera, y por lo menos en estos cinco grandes núcleos poblacionales la gente responde muy bien y está, digamos, yo digo que hay una reacción hacia los estudios muy buena, porque la gente cuando lo vemos expuesto, dichosamente la gente nos dice qué eso es lo que está sucediendo en la actualidad.

A veces suena feo decirlo porque uno dice, uno espera que lo que uno está proyectando a través de las modelaciones ojalá no sucediera. El gran detalle es que ya nos hemos topado en estos lugares donde la gente que tiene toda una vida a vivir ahí, o sea gente de 40, 45 años, nos dice eso que ustedes nos están presentando efectivamente lo que está sucediendo ya.

Entonces, eso, digamos, le da una validez porque la gente que llega se siente identificada con lo que se les muestra y entonces ya quieren empezar, digamos, a tomar acción propiamente en temas de, bueno, qué podemos hacer, ¿verdad? Pero lo que mejor, digamos, suele suceder son esos espacios.

4. En su opinión, ¿cuál es la relevancia del fotoperiodismo en la cobertura de noticias sobre cambio climático?

Es trascendental, desde mi punto de vista o óptica, yo diría que es trascendental en el hecho de que, digamos, a través de lo que es imágenes, ¿verdad?, o a través de lo que es

vivencias o captura de fotografías, etc. Exponen elementos que sumado a la nota periodística hacen entender a la gente que es lo que está sucediendo en otros entornos geográficos donde la gente digamos tal vez ni por acá les pasa de que eso está sucediendo y por ejemplo yo siempre pongo ahí el reportaje que había hecho Ojo al Clima en el Cocal de Punta Arenas porque es muy representativo tuvo mucho impacto porque a veces la gente no sabe que a los pobladores de esa comunidad en Puntarenas se pasan inundando por ejemplo.

Entonces se pierde esas realidades del contexto por donde yo vivo y yo digo, bueno, como a mí no me pasa nada, a mí todo está bien, ¿verdad? Pero olvidamos la óptica de que hay otras áreas del país que son más vulnerables ante ciertos eventos y ahí es donde yo creo que es trascendental, digamos, la integración de que hace esa parte del fotoperiodismo en función de llegar a darle cobertura, pero también ponerles un rostro a los casos.

5. ¿Qué criterios utiliza para seleccionar las imágenes que acompañan a sus reportajes sobre cambio climático?

Generalmente son aquellas imágenes que permiten, digamos, que permiten sustentar lo que el modelo da. Entonces, por ponerte un ejemplo, si el modelo me dice que en esta área se inunda, yo voy bajo el mismo escenario, la misma marea, y veo lo que sucede, tomo fotografía y es una evidencia que el modelo está respondiendo a la realidad y adicionalmente que la fotografía permita eventualmente trabajarla, o sea, hacer trazos sobre la fotografía para hacer, digamos, como un tipo de fotografía explicativa que le quede al lector como una información adicional, no solo como una foto como tal, ¿verdad?, sino que uno puede ir más allá del contexto y señalar elementos que son, digamos, que son prioritarios, para acompañar, digamos, la información científica.

6. ¿Con qué frecuencia aborda temas relacionados con el cambio climático en sus artículos o reportajes?

Bueno, a nivel actualmente yo tengo dos investigaciones activas, que es una generación de escenarios de aumento del nivel del mar para siete costas. Como te digo, cada costa, ¿por qué no lo hacemos que alguien puede decir? Uno lo puede hacer a nivel nacional, lastimosamente no, porque cada playa tiene sus particularidades geográficas, de mareas, de corrientes, de oleaje.

Entonces yo siempre le digo a la gente, uno no puede llegar y tomarlo como una receta y decir voy a aplicar todo el modelo a todo el país. Porque hay variabilidades a nivel oceanográfico y a nivel geográfico. Entonces, ¿qué es lo que le toca a uno? Ir haciendo el análisis playa por playa para que tengas una idea.

Y estamos trabajando también el tema de erosión costera en la costa pacífica del país, que está asociado también al cambio climático. Entonces, digamos, de los trece años que tengo en la universidad, prácticamente los trece años he estado inmerso dentro de lo que es la temática por estos proyectos de investigación.

7. ¿Ha notado cambios en la percepción del público hacia el cambio climático en los últimos años? Si es así, ¿cuáles?

Sí, claro, por ejemplo, cuando yo hice la tesis, bueno, cuando levanté los datos de mi tesis de especialidad en el 2010 en Puntarenas, había una poca recepción de la gente, o sea, había poca empatía. Entonces, por ejemplo, iban epítetos de que desde que uno iba a espantar

el turismo, que uno es un HP para arriba, que todo esto es falso y entre otras palabras más groseras, ¿verdad?

Y te pongo ese ejemplo tangible, en 2018, te voy a poner uno del año pasado, en 2018 a mí me tocó ir a hacer una evolución de resultados de una investigación, pero ya más concreta en el Cocal a la sede del pacífico llegaron más de 200 personas incluidas prácticamente los vecinos del Cocal y choteando un colega llega y me dice lo van a tener que sacar con la policía y yo decía Dios mío que es terrible.

Pero que fue lo que sucedió yo terminé la presentación, una señora levanta la mano, fue la primera que me iba a hacer una pregunta, y la señora me dice, muchachos, es que eso que usted acaba de presentar es lo que está sucediendo aquí en el Cocal, y yo, “wow”, ocho años después ya veo un cambio de percepción, ¿verdad? De lo que yo había vivido antes. Y yo me devolví y le digo a la señora, señora, dígame una cosa, ¿cuántos años tiene usted de vivir aquí en el Cocal? Entonces ella me dice, yo vivo en el Cocal desde 1970, di prácticamente toda una vida, estamos hablando que eran 48 años.

Entonces, ya eso, me devuelvo y le digo a la señora, dígame una cosa, por observación, digamos, a nivel del método científico, usted ve que estos fenómenos cada vez son más recurrentes o menos recurrentes y me dice la señora, cada vez son más recurrentes. Entonces, de ahí está la certeza y por dicha no me sacaron con la policía jaja.

Y el año pasado, que sí hicimos un trabajo similar, digamos, para Tamarindo, para Playa Tamarindo, para Carrillo y para Coyote, dichosamente, y te pongo ese otro escenario, en los tres sitios que se le dio la evolución hacia la gente hubo una muy buena recepción en el sentido de que están más interesados y ellos mismos por observación de cómo viven ahí toda una vida ven que cada vez lastimosamente esto se está haciendo más recurrente.

Entonces eso al final de cuentas a uno le queda un buen sabor de boca en el sentido de que lo que uno está haciendo se está dando, ¿verdad?

Por otro lado, también entra la otra parte que es, bueno, ¿qué van a hacer las autoridades? Porque lastimosamente el mar está ganando más terreno y eso es la parte compleja, ¿verdad? Pero digamos que la gente sí últimamente, por lo menos con esos ejemplos tangibles, sí está muchísimo más interesada y ha cambiado la percepción que, como te digo, en cuestión de 14 años, si lo vemos así, la gente podía tener.

Fecha: __9__/_10__/_2024__

Nombre del Entrevistador: María Camila Monge Mora

Nombre del Entrevistado: Fabián Hernández Mena

Institución, Empresa o Comunidad: Fotoperiodista de Semanario Universidad

1. Desde tu experiencia, ¿cuál es la importancia de la fotografía en el periodismo? ¿Crees que una noticia puede ser igualmente efectiva sin una imagen?

No, no, vamos a ver, es que también hay una problemática, porque es una problemática en casi todos los medios de comunicación impresos, o por lo menos se puede llamar en los regulares o en los alternativos, que se cree que la imagen es simplemente una ilustración del texto. Y hay una pérdida de entendimiento que la imagen es un lenguaje también.

Entonces, el texto puede contar algo y la imagen no necesariamente tiene, o sea, qué sé yo qué decir, los micro plásticos que encontramos en la playa, entonces hay la foto del micro plástico de la playa. No hay un entendimiento que el lenguaje fotográfico puede contar eso mismo desde otra perspectiva, no necesariamente que sea tan evidente o sea que no sea ilustrativo. Y eso es un problema porque cuesta mucho que haya un entendimiento de eso.

Y sí, definitivamente creo que un texto escrito se potencializa mil veces con la imagen, o con varias imágenes más, con ensayos fotográficos incluso.

2. ¿Cómo seleccionas qué momentos capturar en una situación de alta tensión o en un evento significativo? ¿Qué te guía en esas decisiones?

Bueno, eso es un poco más circunstancial, ¿verdad? Dependiendo también en qué momento llegas, con qué posibilidades llegas. Por ejemplo, me tocó hacer unas fotos de un, bueno, no me acuerdo si fue en Abangares, pero la cosa fue que una piscina de una cosa de minería, ¿verdad? de limpieza de minería, se rompió el dique y cayó en un río. No me acuerdo exactamente cuál río era, pero lo vamos a dejar de tiempo.

Nosotros llegamos tres, cuatro días después, ¿verdad? Ya cuando ya había pasado como todo. Entonces lo que uno hace es como una perspectiva, como si uno fuera un investigador. Entonces vas, tomas, ves, digamos, qué sé yo, todo el material que quedó a los lados del río, por ejemplo, o un pez muerto que se encuentre.

Entonces lo que uno entra en un modo como de investigación, de investigador, ¿verdad? Como un poco de fotografía forense, se puede llamar de esa manera, ¿verdad? Porque no está en ese punto. Pero es circunstancial, ¿verdad? Sí es circunstancial. O sea, no es... siempre no es igual.

Lo que uno trata de hacer es, bueno, primero ojalá poder llegar como en momentos específicos, ¿verdad? Y si uno no llega a momentos específicos es ver cómo resolverlos, ¿verdad? Cómo puedo crear una imagen que cuente lo que pasó acá.

3. En tu opinión, ¿cómo afecta la presencia de una imagen a la percepción de una noticia?

Di es la guía, la guía directa, la puerta de entrada, digámoslo así. El cambio climático es un tema crucial hoy en día.

¿Cómo ha influido tu trabajo en la sensibilidad sobre este tema? Bueno, esta pregunta es muy subjetiva, ¿verdad? Porque normalmente tendrías que preguntársela como a gente

que ve el periódico. Pero bueno, creo que con el simple hecho de que salgan noticias al respecto, ya genera impacto. Y bueno, si las imágenes son buenas y claras, entonces generan aún más impacto.

Buenas y claras me refiero a que sean verdad, a que cuente la historia de un lenguaje visual, ¿verdad? Y eso que no sea simplemente una ilustración de un texto.

4. ¿Qué desafíos enfrentas al documentar temas difíciles o controversiales, y cómo manejas esos momentos emocionalmente?

Bueno, sí, es, bueno, es un poco como la cámara también te construye un, digamos, de alguna manera una pared, como un alter ego de alguna manera. ¿Por qué? Porque uno tiene que documentarlo, porque es el trabajo de uno, por ahí parte la situación, ¿verdad? Una catástrofe como decís.

Obviamente uno tiene sentimientos encontrados, pero hay momentos en los que uno simplemente, y no es que deje de sentir, porque jamás, más bien, si uno deja de sentir, deja de hacer buenas fotografías o dejas de hacerlas con intención y simplemente haces fotografías fríamente.

Es más como abrazar esa sensación que es lo que mencionabas, esa contradicción o esa situación incómoda de tener que fotografiar a personas que lo han perdido todo, por ejemplo. Pero bueno, si uno no hace esa foto, uno va a poder contar la historia. Entonces, una cosa más, un acto de profesionalismo, más allá de una cosa sensorial o emocional, que, si está y si se tiene, porque si no uno no puede tener esa sensibilidad para hacerlo también o esa ética, ¿verdad?

Pero hay que afrontarlo, hay que afrontarlo y afrontarlo de la manera más humana y más éticamente posible. No siendo agresivo con los objetos. En los objetos me refiero a personas o lo que sea, objetos a fotografiar, ese término no implica una cosificación de la situación, ¿verdad? Simplemente un término conceptual, teórico, afrontarlo de la mejor manera posible, y eso es verdad, con la mayor sensibilidad.

5. ¿Cómo crees que las redes sociales han transformado el papel del fotoperiodista en la actualidad? ¿Son una herramienta positiva o negativa?

Es dividido, ¿no? Obviamente si es positiva tal vez en la inmediatez, en la posibilidad de que mucha gente pueda contar cosas que estén pasando, pero también lo negativo es que es muy masivo. Entonces también es un poco como las “fake news”. Dependiendo de dónde viene, quién las hace, uno puede tener certeza o no si los hechos son tomados éticamente de la manera correcta, ¿verdad?

6. ¿Cuál es la responsabilidad ética que sientes al capturar y compartir imágenes que representan situaciones sensibles o dolorosas?

Era un poco lo que te mencionaba antes, nada más ser asertivo con las personas a las que uno está fotografiando, son las personas que están fotografiando las que están teniendo sentimientos.

Una cosa, primero, cuando uno entra a esos espacios es siempre muy claro, ¿verdad? Diciéndole a las personas por qué uno está ahí, qué va a hacer y cuál es la intención de por qué uno va a fotografiar esa situación que le están viviendo, digamos. Con asertividad, con

respeto, con inteligencia emocional, pero ser claro y directo con las personas también. Y cuando hace las imágenes dice lo más respetuoso posible.

El responsable me refiero éticamente, ¿verdad? No ser agresivo, tener paciencia, saber escuchar, saber leer los momentos, ¿verdad? No hacer lo que no le gustaría que le hicieran a uno en esas circunstancias, ¿verdad?

Es un poco por ahí. Es tener respeto por el otro, así como me gustaría que tuviera respeto a uno también. Entonces, como te digo, lo importante siempre es como hablar y ser claro en las circunstancias. No llegar y solo levantar la cámara y empezar a hacer fotos como loco. Ser paciente, salir en los momentos. Ser claro con las personas a las que estás fotografiando.

7. ¿Cómo te aseguras de que tu trabajo tenga un impacto duradero en la audiencia?

Uy, eso sí, eso también creo que es, o sea, yo podría decirte que tratar de mantener como la noticia, ¿verdad? O darle seguimiento a la noticia, en este caso darle seguimiento fotográficamente a las noticias, tratar no solo de que sea una única vez, sino que haya un proceso a través del tiempo, ¿verdad? Qué sé yo, sacar una publicación esta semana, tal vez dentro de una semana tarde un poco de seguimiento a los hechos, ¿verdad? Porque las publicaciones se pierden, son flores de un día, sino hay como ese proceso de darle continuidad a la historia. Entonces, por ahí, dándole continuidad a la historia. Lo más que se pueda, también.

8. Mirando hacia el futuro, ¿qué papel crees que jugará la fotografía en el periodismo en la era digital y ante la creciente desinformación?

Uy, es buena pregunta, como te digo, también todo depende del medio donde uno publique, ¿verdad? Entonces, si el medio es serio, reconocido, es verdad que tienes validez impacta. Va a seguir siendo una herramienta importantísima para seguir contando historias.

Del otro lado, lo que hacen es socava, digamos, ¿verdad? Las buenas intenciones de los periodistas serios. Y entonces es eso, tratar de generar espacios donde haya una credibilidad, donde haya un respaldo, donde haya la certeza de que las imágenes que están poniendo, en este caso estamos hablando de imágenes, están hechas en un espacio donde las personas pueden confiar al respecto. Y eso implica currículos de los periodistas, de los fotógrafos, la trayectoria del medio de comunicación, los años en los que ha estado, o también las personas que lo están creando, la intención de las personas que lo están creando.

Es una mirada un poco subvertida, claro, pero tiene que ver con la muestra, tiene que haber pruebas. A las pruebas me remito.

9. ¿Cuáles son los mayores desafíos logísticos que enfrentas al documentar eventos relacionados con el cambio climático, como desastres naturales?

Más que nada, la parte económica va más allá de lo complicado que puede ser documentar un huracán o una cosa, es la parte económica, es lo que más dentro de la logística es lo más complicado. No tener la posibilidad de tener un carro decente para entrar a un espacio así o tener la posibilidad de estar en un espacio, qué sé yo, de aquí, de irte a moverte al lugar y quedarte en el lugar, ¿verdad? Tener un móvil que ocupas. ¿Verdad? No se puede, no se podría construir una historia.

Y bueno, más allá, obviamente, todo lo demás, las complicaciones naturales, la lluvia, los vientos, la inseguridad en sí. Pero sí, creo que la logística es una cosa más económica. La complicación, porque cuesta, digamos. Ahora, por ejemplo, cuesta mucho tener recursos para hacer ese tipo de notas un poco más, por lo menos de parte de la imagen, porque los periodistas sí tienen la posibilidad de trabajarlo con más tiempo porque ellos pueden hablar por teléfono o comentar, pero uno tiene que estar ahí para documentar los hechos.

Entonces, qué sé yo, por ejemplo, ese día, eso de la contaminación del río con material de desecho de minería solo fuimos una mañana, por ejemplo, me hubiera gustado quedarme más tiempo y poder buscar otras aristas. Eso es casi imposible, eso es lo principal, lo que más hace complejo, digamos, poder hacer una documentación o un trabajo fotográfico de la mejor manera posible para aumentar ese tipo de situaciones. Y bueno, y ya, como te digo, más allá de todo lo demás.

10. La presión de los medios puede ser intensa. ¿Cómo equilibras la necesidad de entregar imágenes impactantes con la ética de representar la realidad de manera justa?

Teniendo mi ética y no dejándome llevar por las presiones, simplemente tratando de hacer el trabajo de la mano. Un profesionalismo tratando de hacer el trabajo de la mejor manera posible desde mi ética.

Eso quiere decir, claro, me pueden pedir misa, pero yo voy a hacer lo que yo considero que es correcto, perfecto. Estoy ahí, pero eso me dice tome esos niños que están llorando ahí por tal y tal cosa, yo no se lo voy a cuestionar. Primero le voy a decir, yo no le digo a usted que escribir, usted no me diga a mí que fotografío primero. Y es un poco la problemática esta

que te digo, ¿verdad? Muchos periodistas creen que la imagen es una simple ilustración de su texto, ¿verdad?

12. ¿Cómo afecta la falta de recursos o apoyo en tu trabajo, especialmente en temas tan complejos como el cambio climático?

Lo que te mencionaba, sí, exacto, es verdad la complicación de conseguir recursos o que haya recursos para poder lograr los temas y que te den libertad de trabajo para eso, un día van y vuelven, ¿verdad? Eso es como decirle a alguien vaya escriba la nota en cinco o diez minutos y ya.

Eso es lo que tienen, es exactamente igual. Entonces va por ahí, ¿verdad? Si no hay recursos, es muy difícil poder lograr un trabajo más pleno y profesional también, ¿verdad? O sea, más logrado.

Tal vez la palabra es más cerrada, más logrado, sí. Más redondo, un trabajo donde no pueda construir un ensayo y pueda contar y hacer una elaboración como la que hacen los periodistas cuando escriben. Pero como te digo, la ventaja que tienen ellos es que ellos se pueden quedarse en la casita bajo el techo describiendo y hablando por teléfono, uno no, uno sí tiene que estar en el lugar.

13. En un entorno donde la desinformación es común, ¿qué estrategias utilizas para asegurarte de que tu trabajo sea reconocido y respetado por su veracidad?

Bueno, va un poco lo mismo, la historia del balaje, el nombre, pues, de quién lo hace. Y en este caso es de impulsar el medio de comunicación que trabajo, que por dicha es el semanario que tiene su historia y su respeto.

Pero, además, por lo mismo que te decía, es un medio, depende de donde uno trabaje, no es lo mismo trabajar en este "La obra de Juanito Mora" a trabajar en el Semanario de la U, ¿verdad? Entonces, también a uno lo relaciona con el nombre Semanario de la universidad. Fabián trabaja en Semanario Universidad o Fabián trabaja en la nación, Fabián ha hecho trabajos documentales de tal cosa. Es picar piedra y ser constante y buscar como los espacios en donde uno sabe que va a haber validez ya por el simple hecho del espacio.