

VV. AA.

# El fin de un modelo de política

Javier Herrero, Milena Trenta (Coords.)  
Editores: Vanessa Rodríguez Breijo, Samuel Toledano Buendía,  
Ciro Hernández, Alberto Ardèvol Abreu



Cuadernos Artesanos de Comunicación / 128



## **CAC 128 – El fin de un modelo de política**

Javier Herrero, Milena Trenta (Coords.)

**VV.AA.**

Editores: Vanessa Rodríguez Breijo, Samuel Toledano Buendía,  
Ciro Hernández, Alberto Ardèvol Abreu

Diseño: F. Drago

Imprime y distribuye: F. Drago. Andocopias S.L.

c/ La Hornera, 41. La Laguna. Tenerife.

Teléfono: 922 250 554 | [fotocopiasdrago@telefonica.net](mailto:fotocopiasdrago@telefonica.net)

Edita: Sociedad Latina de Comunicación Social – edición no venal –

La Laguna (Tenerife), 2017 – Creative Commons \*

(<http://www.revistalatinacs.org/09/Sociedad/estatutos.html>)

Catálogo = <http://www.cuadernosartesanos.org>

Protocolo de envío de manuscritos con destino a CAC:

<http://www.cuadernosartesanos/protocolo.html>

Descargar el *pdf*:

<http://www.cuadernosartesanos.org/#128>

ISBN: 978-84-16458-83-7

D.L.: TF– 934-2017

DOI: [10.4185/CAC128](https://doi.org/10.4185/CAC128)

## VV. AA.

*Cuadernos Artesanos de Comunicación*

Coordinador editorial: José Manuel de Pablos

Comité Científico

Presidencia: José Luis Piñuel Raigada (UCM)

Secretaría: Milena Trenta

- José Luis **Terrón** (Universidad Autónoma de Barcelona, UAB)
- José Miguel **Túñez** (Universidad de Santiago, USC)
- Victoria **Tur** (Universidad de Alicante, UA)
- Nerea **Vadillo Bengoa** (Universidad San Jorge, Zaragoza)
- Miguel **Vicente** (Universidad de Valladolid, UVA)
- Ramón **Zallo** (Universidad del País Vasco, UPV-EHU)
- Núria **Almiron** (Universidad Pompeu Fabra, UPF)
- Francisco **Campos Freire** (Universidad de Santiago de Compostela)
- José **Cisneros** (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, BUAP)
- Bernardo **Díaz Nosty** (Universidad de Málaga, UMA)
- Carlos **Elías** (Universidad Carlos III de Madrid, UC3M)
- Paulina B. **Emanuelli** (Universidad Nacional de Córdoba, UNC)
- José Luis **González Esteban** (Universitas Miguel Hernández de Elche, UMH)
- Marisa **Humanes** (Universidad Rey Juan Carlos, URJC)
- Juan José **Igartua** (Universidad de Salamanca, USAL)
- Xosé **López** (Universidad de Santiago de Compostela)
- Maricela **López-Ornelas** (Universidad Autónoma de Baja California, AUBC)
- Javier **Marzal** (Universidad Jaume I, UJI)
- José Antonio **Meyer** (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, BUAP)
- Ramón **Reig** (Universidad de Sevilla, US)
- Miquel **Rodrigo Alsina** (Universidad Pompeu Fabra, UPF)
- Xosé **Soengas** (Universidad de Santiago de Compostela)

\* Queda expresamente autorizada la reproducción total o parcial de los textos publicados en este libro, en cualquier formato o soporte imaginables, salvo por explícita voluntad en contra del autor o autora o en caso de ediciones con ánimo de lucro. Las publicaciones donde se incluyan textos de esta publicación serán ediciones no comerciales y han de estar igualmente acogidas a Creative Commons. Harán constar esta licencia y el carácter no venal de la publicación.

Este libro y cada uno de los capítulos que contiene, así como las imágenes incluidas, si no se



indica lo contrario, se encuentran bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Sin Derivadas 3.0 Unported. Puede ver una copia de esta licencia en [http://creativecommons.org/licenses/by-nc-](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/)

[nd/3.0/](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/) Esto significa que Ud. es libre de reproducir y distribuir esta obra, siempre que cite la autoría, que no se use con fines comerciales o lucrativos y que no haga ninguna obra derivada. Si quiere hacer alguna de las cosas que aparecen como no permitidas, contacte con los coordinadores del libro o con el autor del capítulo correspondiente.

\* La responsabilidad de cada texto es de su autor o autora.

# El fin de un modelo de política

## **Abstract**

Los acontecimientos políticos y electorales acontecidos durante los meses que preceden a este IX Congreso Internacional Latina de Comunicación Social nos permiten reflexionar sobre las transformaciones surgidas en las formas de hacer política y los discursos que la acompañan.

El desplazamiento, las apropiaciones de los presupuestos y de los valores tradicionales presentes en el discurso del “otro político”, y las diferentes maneras de construir el propio sobre ese postulado, son objeto de esta intervención.

Los enunciados y acciones derivados son tomados en consideración con la pretensión de evidenciar los medios utilizados, las estrategias presentes en dichas apropiaciones, así como, los valores usurpados para mostrar las fortalezas y debilidades presentes en el contemporáneo arte de hacer política y sus mediatizaciones, la cuales posibilitan una respuesta inmediata gracias, entre otros elementos, a las redes sociales en las que los políticos han asentado su vinculación y enlace con sus seguidores, o sus oponentes, en ese nuevo espacio público que es la Sociedad del Conocimiento o Sociedad Red y los instrumentos de comunicación que ésta provee para la difusión y la circulación de las ideas que desemboquen en construcciones simbólicas que se quieren compartir o imponer para, en definitiva, persuadir, convencer o conquistar.

## **Keywords**

periodismo, comunicación audiovisual, política, elecciones, discursos, valores, medio, estrategias, mediatizaciones, redes sociales, sociedad del conocimiento, sociedad red, construcciones simbólicas.

## **Forma de citar este libro**

Nombre del autor o autora del apartado (2017): *El fin de un modelo de política. Cuadernos Artesanos de Comunicación*, 128. La Laguna (Tenerife): Latina.

contenidos digitales transmedia nos lleva a pensar que la educación formal ignora uno de las mayores potencialidades de aprendizaje, emergidas en aplicaciones de internet y redes sociales. El trabajo propuesto es el resultado del proyecto Transmedia literacy, grupo de investigación interdisciplinario constituido por la Universidad Nacional de Educación, UNAE, y la Universidad de Cuenca, en Ecuador, como parte de un trabajo de investigación mayor dirigido por Carlos A. Scolari, en nueve países de tres continentes. Con el cual se ha alcanzado una mayor comprensión de cómo los adolescentes consumen, producen, comparten, crean y aprenden en entornos digitales. Es evidente que estudiantes jóvenes son realizadores de contenidos en los entornos digitales.

La incorporación de esas habilidades y destrezas a la formación académica formal, seduce a quienes se preguntan cómo es que aprenden los jóvenes los usos de la comunicación digital; en qué medida significa un aporte al proceso de construcción de los aprendizajes colaborativos; y, cuáles serían las posibilidades de asimilación de estos nuevos hábitos por parte de profesores y padres de familia en la complementariedad informal de los aprendizajes. El objetivo del proyecto es el aprovechar el conocimiento de las estrategias mediante las cuales los jóvenes aprenden la utilización de las aplicaciones de herramientas digitales y, cómo, mediante estas estrategias, se podrán incorporar a las técnicas didácticas en los centros de educación. Para conseguirlo se aplicó una serie de estrategias metodológicas de etnografía digital, talleres participativos, entrevistas en profundidad, con sus correspondientes categorizaciones y jerarquizaciones de contenidos para la interpretación y posterior tratamiento y usos de los datos en materiales de trabajo complementarios en guías didácticas.

- ❖ 025 - *Análisis de la comunicación para la sustentabilidad de los procesos de cambio social: Caso cobertura periodística sobre el calentamiento global* – Lilia Maricela Mendoza Longoria – Universidad Autónoma de Nuevo León – [lmmlongoria@hotmail.com](mailto:lmmlongoria@hotmail.com) – Janet García González – Universidad Autónoma de Nuevo León – [janetgarcia71@yahoo.com.mx](mailto:janetgarcia71@yahoo.com.mx) - Esteban Picazzo Palencia –

Universidad Autónoma de Nuevo León –  
epicazzo@yahoo.com

Uno de los principales desafíos de la comunicación para el cambio social, es poder entender su relación con la cultura, y por ende, con el proceso de desarrollo. En este contexto, el papel de los medios de comunicación, es apoyar las iniciativas de desarrollo a través de la difusión de mensajes. En el caso específico de la prensa, aunque las estrategias entre países diverjan ampliamente, su modelo predominante sigue siendo el mismo: informar a la población sobre los proyectos de desarrollo, sus ventajas y recomendar su apoyo. Sin embargo, en lo que respecta a temas ambientales y climáticos, se ha demostrado que éstos no son relevantes para la agenda de los medios y su proceso de jerarquización de información. Es por ello, que el objetivo principal de esta investigación, es analizar el tratamiento informativo que transmite la prensa escrita y digital en México hacia el calentamiento global, desde la perspectiva teórica del establecimiento de la Agenda. A través de la metodología cuantitativa se llevó a cabo el análisis del discurso, de un total de 92 notas de la prensa escrita (dos periódicos locales y dos nacionales) y digital (5 cuentas de la red social twitter de reconocidos periodistas mexicanos). Los resultados obtenidos exponen que la agenda de los medios, en términos generales, habla del calentamiento global cuando está relacionado con temas de contaminación, y para informar sobre desastres provocados por el hombre y sus consecuencias. En cuanto a la prensa escrita, el tema de mayor preponderancia encontrado fue el de ambiente; y en la prensa digital, se detectó una tendencia hacia lo relacionado con los desastres hechos por el hombre. En conclusión, el cambio social sustentable desde la perspectiva de la comunicación masiva, requiere que la comunicación cumpla funciones primordiales: generar cambios de actitudes a nivel individual, interpersonal y/o comunitario o social, y recomendaciones focalizadas desde los marcos legales; a través de la difusión de información estratégica dirigida principalmente a los tomadores de decisiones en todos los niveles y sectores de la sociedad.

❖ 026 - *El plagio académico en la era informacional. Una reflexión sobre la postura de algunas instituciones de educación superior en México* –  
Maricela López Ornelas, Instituto de Investigación y Desarrollo



**2018 – X Congreso Internacional Latina  
de Comunicación Social  
X CIL CS**

**Previsión de fechas:**

**Mes de diciembre de 2018:**

**Adelanto de fechas**

**Lunes, 3 de diciembre**

**Martes, 4**

**Miércoles, 5**

**Viernes, 7 de diciembre**

Toda la información estará desde enero de 2018 en esta url:

[http://www.revistalatinacs.org/17SLCS/2018\\_convocatoria\\_10\\_congreso.html](http://www.revistalatinacs.org/17SLCS/2018_convocatoria_10_congreso.html)

**Nota: este libro recoge todos los resúmenes recibidos hasta el momento de su cierre. Los recibidos después aparecen agregados en la web del congreso**

Edita: Sociedad Latina de Comunicación Social – La Laguna, Tenerife.

**Editores:**

Francisco Javier Herrero

(Coord.)

Vanessa Rodríguez Breijo

Milena Trenta

Alberto Ardèvol Abreu

Ciro Hernández

Samuel Toledano Buendía

## Libro colectivo del 9º Congreso Internacional Latina de Comunicación Social



El CD adjunto contiene el libro colectivo originado en el 9º Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, celebrado en la Facultad de Ciencias Políticas, Sociales y de la Comunicación de la Universidad de La Laguna (Tenerife, Canarias; España) en diciembre de 2017.

Todos los trabajos contemplados en ese libro colectivo han sido previamente sometidos a evaluación por los moderadores de las correspondientes mesas de debate donde se presentaron.

Se trata del mismo documento que igualmente aparece en el sitio web: <http://www.revistalatinacs.org/17SLCS/cac129.html>

El disco está provisto de un pequeño programa de autoarranque: al ser introducido en la disquetera se abre por defecto la página <http://www.revistalatinacs.org/17SLCS/libro-colectivo.html>

En algunos sistemas puede que no funcione el autoarranque: en esos casos, una vez abierto el disco, hágase doble clic en el fichero <http://www.revistalatinacs.org/17SLCS/libro-colectivo.html>

Para localizar a un autor, hay que utilizar la herramienta “**Buscar en esta página**”. Ese CD, como obra colectiva, dispone de los siguientes registros, impresos en su carátula:

ISBN: 978–84–16458–83-7 y D.L.: TF– 934–2017

DOI: 10.4185/CAC128

## **Análisis de la comunicación para la sustentabilidad de los procesos de cambio social: Caso cobertura periodística sobre el calentamiento global**

Lilia Maricela Mendoza Longoria – Universidad Autónoma de Nuevo León – [lmmlongoria@hotmail.com](mailto:lmmlongoria@hotmail.com) – Janet García González – Universidad Autónoma de Nuevo León – [janetgarcia71@yahoo.com.mx](mailto:janetgarcia71@yahoo.com.mx)

### **Resumen**

Uno de los principales desafíos de la comunicación para el cambio social, es poder entender su relación con la cultura, y por ende, con el proceso de desarrollo. En este contexto, el papel de los medios de comunicación, es apoyar las iniciativas de desarrollo a través de la difusión de mensajes. En el caso específico de la prensa, aunque las estrategias entre países diverjan ampliamente, su modelo predominante sigue siendo el mismo: informar a la población sobre los proyectos de desarrollo, sus ventajas y recomendar su apoyo. Sin embargo, en lo que respecta a temas ambientales y climáticos, se ha demostrado que éstos no son relevantes para la agenda de los medios y su proceso de jerarquización de información. Es por ello, que el objetivo principal de esta investigación, es analizar el tratamiento informativo que transmite la prensa escrita y digital en México hacia el calentamiento global, desde la perspectiva teórica del establecimiento de la Agenda y el paradigma de la comunicación para el cambio social. A través de la metodología cuantitativa se llevó a cabo el análisis del discurso, de un total de 92 notas de la prensa escrita (dos periódicos locales y dos nacionales) y digital (5 cuentas de la red social twitter de reconocidos periodistas mexicanos). Los resultados obtenidos

# El fin de un modelo de política (2ª edición, ampliada)

Universidad de La Laguna, 2017

---

exponen que la agenda de los medios, en términos generales, habla del calentamiento global cuando está relacionado con temas de contaminación, y para informar sobre desastres provocados por el hombre y sus consecuencias. En cuanto a la prensa escrita, el tema de mayor preponderancia encontrado fue el de ambiente; y en la prensa digital, se detectó una tendencia relacionada con los desastres hechos por el hombre. En conclusión, el cambio social sustentable desde la perspectiva de la comunicación masiva, requiere que la comunicación cumpla funciones primordiales: generar cambios de actitudes a nivel individual, interpersonal y/o comunitario o social, y recomendaciones focalizadas desde los marcos legales; a través de la difusión de información estratégica dirigida principalmente a los tomadores de decisiones en todos los niveles y sectores de la sociedad. **Palabras Clave:** Comunicación; Desarrollo Sustentable; Cambio social; Calentamiento Global.

## I. Introducción

Hablar de cambio social es una tarea compleja, pues implica estudiar su relación con la cultura y el proceso de desarrollo. Ambos conceptos son pieza clave para entenderlo como propósito de la comunicación. En este sentido, uno de los principales desafíos de la comunicación para el cambio social, es el poder que ejerce la cultura en la sociedad, es decir, como principal determinante del desarrollo. Desde este contexto, los medios de comunicación, suelen apoyar las iniciativas de desarrollo a través de la difusión de mensajes. En el caso específico de la prensa, aunque las estrategias de desarrollo diverjan ampliamente entre los países, su modelo predominante sigue siendo el mismo: informar a la población sobre los proyectos de desarrollo, sus ventajas y recomendar su apoyo. Sin embargo, en lo que respecta a temas ambientales y climáticos, se ha demostrado que éstos no son relevantes para la agenda de los medios y su proceso de jerarquización de información.

En la dinámica contemporánea, la sociedad le ha otorgado al sistema de medios de comunicación de masas (SMCM) la tarea de construir una imagen de sí misma. El SMCM se ha convertido en un sistema de observación de

## **El fin de un modelo de política (2ª edición, ampliada)**

Universidad de La Laguna, 2017

---

segundo orden (Sayago, 2010); de esta forma, cotidianamente, los medios y redes de información nos dicen lo que somos y nos interpretan, nos constituyen desde la adhesión o el rechazo que, en variados grados y modos, estos mismos suscitan (Mata, 2007). Los medios son importantes moldeadores de nuestras percepciones e ideas, son empresas de concienciación que no sólo proporcionan información acerca del mundo, sino maneras de verlo y entenderlo (Masterman, 2010).

En la actualidad, una de las problemáticas que preocupa a nuestra sociedad es el tema del calentamiento global, pues a pesar de las investigaciones que prueban que este fenómeno está derritiendo los polos y el nivel del mar está subiendo, los desastres naturales que hace 50 años no ocurrían, e incluso después de saber que tantas especies animales corren peligro de extinción y así afectando al medio ambiente; la prensa y los noticieros dedican sus primeras planas a temas relacionados con política, salud y economía. Los temas ambientales y climáticos no son relevantes para la agenda, y en el proceso de jerarquización otros temas—si considerados relevantes—los van dejando atrás.

El cambio climático está íntimamente relacionado con el consumo de la fuente de energía de fósiles y con otros gases del efecto invernadero (Alonso, 2010). Otros autores (Delgado y Romero, 2007) señalan que el aumento de la temperatura global superficial promedio (anual) que se observa que la tierra tiene, en buena parte, su origen en causas antropogénicas que resultan de las actividades de una sociedad humana industrializada.

Los medios de comunicación desempeñan un importante papel en la construcción y mantenimiento del discurso y opiniones sobre el calentamiento global y la interconexión que esto tiene con la ciencia, la política y la economía. Por lo que el papel que juega la prensa y los demás medios masivos de comunicación en la difusión del tema, así como una participación más empática por parte de la sociedad hacia estos problemas ambientales, es fundamental en la resolución de este conflicto que afecta a nivel mundial.

## 1. Comunicación para la sustentabilidad de los procesos de cambio social

La comunicación para el cambio social establece una relación directa entre el proceso de comunicación y el desarrollo de la población, alterando la pasividad del receptor en un proceso de comunicación tradicional o unilateral. Es decir, el cambio social ejercido desde la comunicación, es un estado que permite a la sociedad progresar desde lo cultural hasta lo económico facilitando su sostenimiento y el de las generaciones futuras; contemplando como elementos principales del desarrollo, el mejoramiento local, la sustentabilidad y la participación (Martínez et al., 2016).

Por otro lado, Mosquera (2003) entiende el proceso de la comunicación para el cambio social, como aquel proceso donde el “diálogo de la comunidad” y la “acción colectiva” convergen para producir cambios sociales en beneficio de la colectividad. El cambio social implica la participación de la comunidad en todos los procesos concernientes a la implementación de proyectos de desarrollo aunque sustentados desde lo dialógico, utilizan también toda índole de medios de comunicación, desde los tradicionales, modernos, participativos y/o de masas (Beleño et al., 2016).

En el caso de el cambio climático, la degradación de los recursos y los graves problemas de distribución e inequidad provocados por los modelos y trayectorias de desarrollo prevalecientes, exigen replantear los patrones económicos y de producción y desarrollo, hacia la implementación de procesos de transformación a un desarrollo sustentable, entendiéndolo como aquel “desarrollo que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades” (Bruntland, 1987). En este contexto, la generación de estrategias adecuadas para empezar a revertir estos complejos desafíos, se vuelve una tarea imperiosa tanto para académicos como para profesionales de la comunicación para el cambio social sustentable (Servaes, 2012).

## **2. Calentamiento global en la prensa**

Un elemento importante dentro de la Agenda Setting es la proximidad, esto no sólo significa geográficamente, también empática. En el momento en que la prensa no muestra el problema del calentamiento global como es, no lo consideramos lo suficientemente importante para hablar y actuar sobre el problema.

Tal como dicen los estudios de la “agenda política” de la teoría Agenda Setting, las acciones de los gobiernos, después forman parte de los debates de la audiencia. La política es encargada de traer nuevos temas a discusión en la prensa; así que cuando el mundo de la política habla de temas de ambiente, cambio climático y/o calentamiento global, se le da la jerarquización que necesita y la prensa habla del problema.

No se le da una relevancia (a los temas de calentamiento global) justa hasta que es necesario; tal como pasó en 2015, donde cientos de representantes de importantes países se reunieron en Francia con el objetivo principal de crear acciones estratégicas que ayuden a mantener el aumento de temperatura en este siglo por debajo de los 2 centígrados. Esta convocatoria causó primeras planas y discusiones en la audiencia, hizo que el problema del calentamiento global formara parte de la agenda pública y de los medios.

## **3. Establecimiento de la agenda**

La teoría del establecimiento de agendas o Agenda Setting, se centra en la capacidad que tienen los medios masivos de comunicación para situar la importancia de la información que transmiten, otorgando prioridad y favoreciendo a cierta percepción de las personas sobre las noticias de la vida pública. De la misma forma, deciden qué excluir o incluir en la agenda, para eliminar o incentivar su debate público.

Esta teoría surgió a finales de los años sesenta del siglo pasado, y con el tiempo, se ha convertido en el enfoque principal de las investigaciones dedicadas a explicar la influencia de los medios de comunicación y su incidencia en la formación de la opinión pública.

Los primeros análisis fueron por Lippmann en 1922, quién dijo que “los medios

# **El fin de un modelo de política (2ª edición, ampliada)**

Universidad de La Laguna, 2017

---

informativos son una fuente fundamental para la construcción de imágenes en la mente (percepciones) sobre el mundo de los asuntos públicos que, para la mayoría de los ciudadanos, está fuera de su alcance". Los planteamientos de Lipmann fueron desarrollados más decididamente por McCombs y Shaw en 1972.

Existen dos niveles en la agenda, el primero se centra en los temas, y apunta que "los medios nos dicen sobre qué pensar"; y el segundo, profundiza en aspectos o atributos, éste afirma que "los medios también nos dicen cómo pensar" (Rodríguez, 2009).

En este contexto, el papel de los medios de comunicación, es apoyar las iniciativas de desarrollo a través de la difusión de mensajes. En el caso específico de la prensa, aunque las estrategias entre países diverjan ampliamente, su modelo predominante sigue siendo el mismo: informar a la población sobre los proyectos de desarrollo, sus ventajas y recomendar su apoyo. Sin embargo, en lo que respecta a temas ambientales y climáticos, se ha demostrado que éstos no son relevantes para la agenda de los medios y su proceso de jerarquización de información. Es por ello la importancia del objetivo de la investigación: analizar la cobertura periodística local y nacional alrededor del Cambio Climático y el Calentamiento Global.

## **II. Metodología**

Para el estudio de la comunicación en la relación emisor-receptor, se utiliza una técnica de estudio denominada análisis de contenido. El análisis de contenido, permite investigar el contenido de las comunicaciones mediante la clasificación en categorías de los elementos de la información emitida. Esta técnica, permite interpretar textos, ya sean escritos, grabados, pintados, filmados, u otra forma diferente donde puedan existir toda clase de registros de datos, transcripción de entrevistas, discursos, protocolos de observación, documentos o videos (Andreú, 2002).

Se propuso un estudio cuantitativo de la cobertura periodística del tema, desde la perspectiva teórica del establecimiento de la agenda, también conocido como fenómeno de fijación o "tematización" (McCombs y Shaw, 1968) a partir

## **El fin de un modelo de política (2ª edición, ampliada)**

Universidad de La Laguna, 2017

---

de la caracterización de la forma y fondo, basado en la selección de todas las noticias publicadas. Las notas según su contenido, fueron clasificadas en forma y contenido para llevar a cabo su análisis.

El monitoreo se llevó a cabo del 1 al 31 de agosto del año 2016 para la recolección de notas en medios escritos, y del 24 de septiembre al 1 de octubre del mismo año, para la recolección de notas en medios digitales. El proceso de selección de notas periodísticas de corte impreso, consistió en identificar aquellas redacciones que incluyeran como sujeto u objeto el tema del calentamiento global, la muestra se obtuvo de dos periódicos locales de la ciudad de Monterrey, Nuevo León (El Norte y Milenio); y en el ámbito nacional, dos de la ciudad de México (La Jornada y Excelsior). Para la prensa digital, se analizaron cinco cuentas de la red social Twitter: Carmen Aristegui y Lopez Doriga (periodistas), CNN Mexico y El Universal (periódicos) y Playground (cuenta activa de periodismo no oficial para jóvenes).

Una vez identificadas las notas, se procedió a generar una ficha de contenido de cada nota donde se identificaban el título de la nota, datos de publicación editorial y síntesis de información presentada.

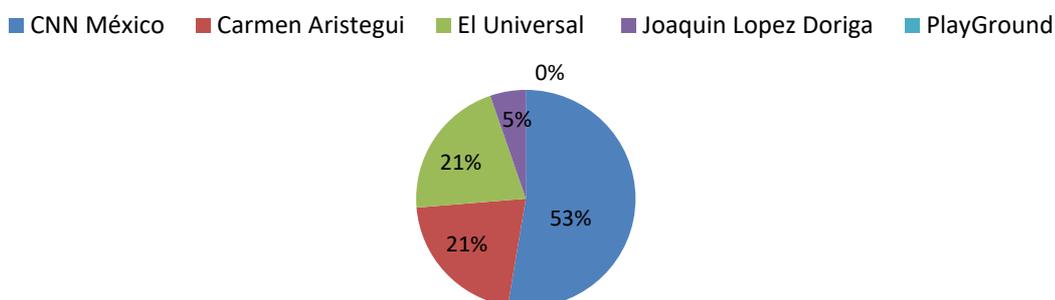
### **III. Resultados**

*Prensa Digital.* Los resultados generados a partir del análisis de las cinco cuentas de la red social Twitter, cuyo objetivo era el estudio de notas periodísticas que incluyeran la temática Cambio Climático/ Calentamiento Global/ Deforestación/ Contaminación, se obtuvieron a partir de los datos expuestos en un total de 19 notas periodísticas nacionales e internacionales, durante un periodo comprendido del 24 de septiembre al 1 de octubre.

# El fin de un modelo de política (2ª edición, ampliada)

## Universidad de La Laguna, 2017

**Grafica No. 1**  
**Frecuencia de Notas**



Fuente: Elaboración propia

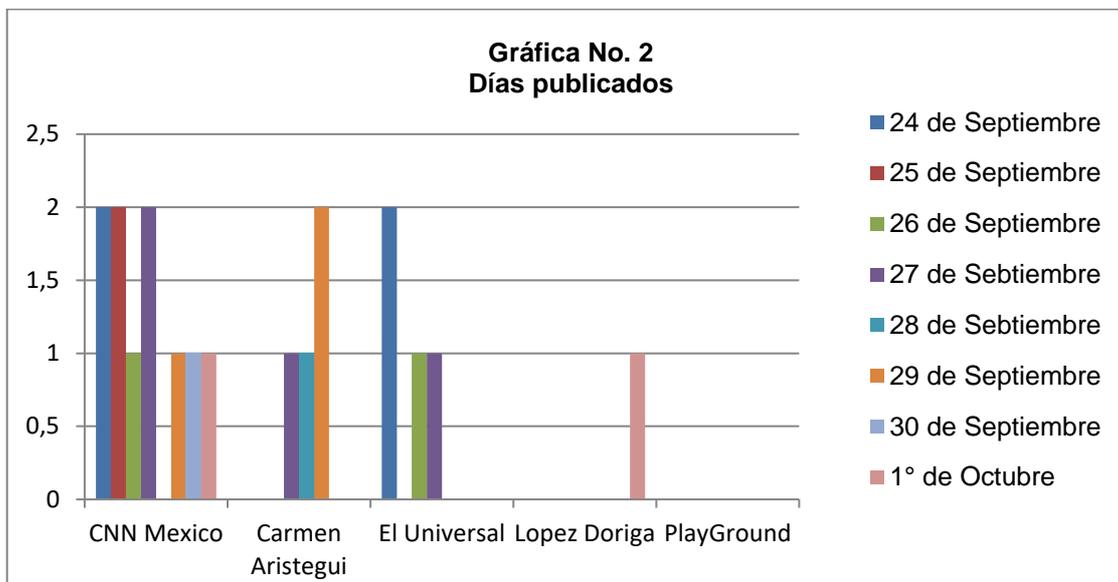
Durante la semana estudiada, se determinó que de las cuentas seleccionadas, CNN México fue la que más publicó notas sobre el Calentamiento Global, con un total de 53% (10 notas), dejando de publicar durante esta semana, sólo un día notas relacionadas con el tema de estudio. Carmen Aristegui y El Universal, publicaron el mismo total de notas 21.5% (4 notas cada uno) relacionadas con temática de ambiente global. Cabe mencionar que en el periodo de estudio, Aristegui se concentró más en asuntos relacionados con la política mexicana y un poco en la política de Estados Unidos debido a las elecciones. Joaquín López Doriga publicó un total de 5.26% (1 nota). Doriga, expuso diversidad de contenidos en sus noticias (nacional, internacional, política, entretenimiento y deporte), mostrando muy poco interés por el tema del calentamiento global. PlayGround no publicó ninguna nota periodística en la red social Twitter con temática de ambiente global. Cabe destacar que se eligió esta cuenta debido a que es seguida por adultos jóvenes y adolescentes en su mayoría, aunque no fuera oficial. Tuvo poca actividad y se enfocó más en notas de periodismo internacional relacionada a la violencia y a las guerras del medio oriente y el sur de América (ver gráfica No. 1).

El día con más notas periodísticas de la temática de estudio en esta investigación fue el día 24 de septiembre con un total de 4 notas: 2 de CNN México y 2 de El Universal. El día con menos notas periodísticas, fue el día 30 de septiembre con sólo una nota publicada por CNN México (ver gráfica No. 2).

## El fin de un modelo de política (2ª edición, ampliada)

Universidad de La Laguna, 2017

Asimismo, se llevó a cabo una clasificación de las notas divididas en dos grandes categorías relacionadas con el calentamiento global: carácter nacional con un total de 75% (12 notas) y de carácter internacional sólo con 25% (4 notas) en la semana analizada.



Fuente: Elaboración propia

*Prensa Escrita.* Los resultados generados a partir del análisis de notas, y cuyo objetivo era el estudio de notas periodísticas que incluyeran una temática de Calentamiento Global y los temáticas relacionadas como: efecto invernadero, contaminación, ambiente y deforestación; se obtuvieron a partir de los datos expuestos tanto en prensa escrita nacional como local, durante el periodo comprendido del 1 al 31 de agosto del año 2016. Del total de notas que se exponen en la prensa, 37 corresponde a los rotativos nacionales, y 36 corresponden al área local.

Se analizaron dos periódicos de la prensa local. El periódico con más notas sobre el Calentamiento Global fue "El Norte" con 75% (27 notas), y después "Milenio" con 25% (9 notas). Se realizó un análisis de las notas por la sección de los periódicos donde se concluye que la mayor prevalencia de las notas relacionadas con Calentamiento Global se publicaron en la sección "Nacional" con un total de 30.5% (11 notas), seguido por "Negocios" con un total de 16.6% (6 notas). En tercer lugar están "Vida" y "Local" con un 11.1% (4 notas cada

# El fin de un modelo de política (2ª edición, ampliada)

Universidad de La Laguna, 2017

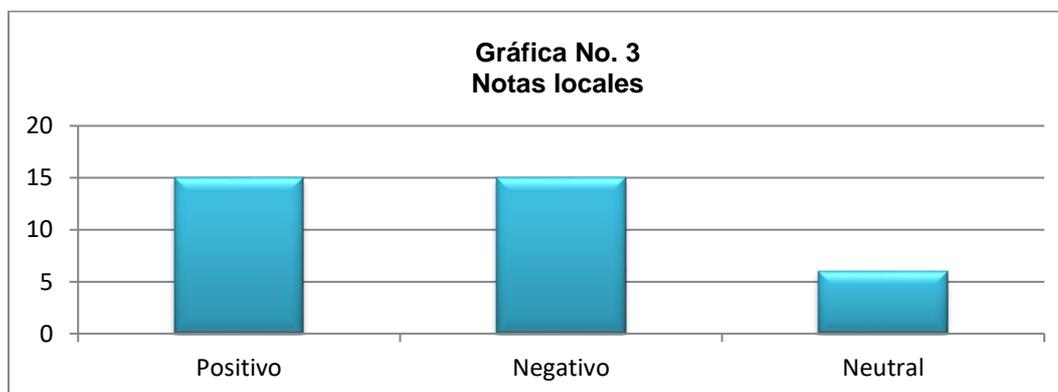
uno). Posteriormente se encuentra “Bienes Raíces” con un total de 8.3% (3 notas), “Internacional” y “Economía” empatan con un total de 5.5% (2 notas cada uno), y por último las secciones de “Sociedad”, “Tendencia”, “Mundo” y “Ciencia” con un 2.7% (1 nota cada uno) (ver tabla No.1).

**Tabla No. 1**  
**Frecuencia de secciones locales**

SECCIÓN	NOTAS	FRECUENCIAS
Nacional	11	30.5%
Negocios	6	16.6%
Vida	4	11.1%
Local	4	11.1%
Bienes Raíces	3	8.3%
Internacional	2	5.5%
Economía	2	5.5%
Sociedad	1	2.7%
Tendencia	1	2.7%
Mundo	1	2.7%
Ciencia	1	2.7%
	36	100.0%

Fuente: Elaboración propia

También se identificó el sentido de las notas locales, y se encontró que hubo un empate entre las notas positivas y negativas con una prevalencia de 41.6%, y aquellas de prevalencia neutral tuvieron un 16.6% (ver gráfica No. 3).



Fuente: Elaboración propia

Entendiéndose el criterio de identificación por el mensaje positivo cuando la nota diera información de avances legales o políticos acerca de las acciones que se tomaran para mejorar el calentamiento global como: leyes, menos contaminación, que se informara alguna mejora en la contaminación del ambiente, que algún político diera una llamada de alerta para mejorar el aire,

## **El fin de un modelo de política (2ª edición, ampliada)**

Universidad de La Laguna, 2017

---

etc. En contra parte, la clasificación negativa fue considerada cuando se informara algún daño a la capa de ozono o al medio ambiente, sobre todo a causa de las industrias y automóviles, o algún retraso de asuntos políticos que afectan leyes medio ambientales; y se interpretó neutral cuando el tema principal consiste únicamente en informar algún hecho relacionado con el ambiente, por ejemplo: el programa gubernamental “no circula” (que establece medidas que limitan el flujo vehicular en la ciudad de México, con el objetivo de ejercer control sobre la contaminación generada por los vehículos para minimizar el impacto ambiental que producen).

Se analizaron dos periódicos de la prensa nacional. El periódico con más notas sobre el Calentamiento Global fue “La Jornada” con 70% (26 notas), en seguida, el “Excelsior” con 30% (11 notas). Con respecto al análisis de la forma, igual que en el periódico local, se estudió las notas por sección, concluyendo que la mayor prevalencia de las notas relacionadas con el tema de interés se publicaron en la sección “Sociedad” con un total de 27% (10 notas), seguido por “Política” con un total de 16% (6 notas). En tercer lugar está la sección “Global” con 11% (4 notas). Se registró un empate con las secciones “Capital”, “Opinión”, “Ciencias” y “Economía” con 8% (3 notas cada uno). Finanzas con un total de 5% (2 notas), y por último, “Espectáculo” y “Comunidad” con 2% (1 nota). Asimismo, se observó en los cuatro periódicos estudiados, por única ocasión, una nota en primera plana (2%) en el periódico Excelsior (ver tabla No. 2).

# El fin de un modelo de política (2ª edición, ampliada)

## Universidad de La Laguna, 2017

Tabla No. 2  
Frecuencia de secciones nacionales

SECCIÓN	NOTAS	FRECUENCIA
Sociedad	10	27.2%
Política	6	16.2%
Global	4	10.8%
Economía	3	11.1%
Capital	3	8.1%
Opinión	3	8.1%
Ciencias	3	8.1%
Finanzas	2	5.4%
Comunidad	1	2.7%
Espectáculo	1	2.7%
1° Plana	1	2.7%
	37	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Con relación al sentido de las notas nacionales, se encontró que mayoritariamente éstas tienen un sentido negativo con 56.7%, las positivas con 32.4% y aquellas con tratamiento neutral, tuvieron una prevalencia del 10.8%. El criterio de identificación para el mensaje positivo consideró cuando la nota diera información de mejoras con leyes o ambiente, por ejemplo: el nuevo modelo educativo con acentuación en medio ambiente; invertir en agenda ambiental; y vecinos que se unen para evitar la deforestación del área donde viven. Las notas negativas, se clasificaban cuando se informaba un desastre o consecuencia del cambio climático, ejemplo: peor año de contaminación; la Antártida se fragmenta más rápido; osos híbridos responden al cambio climático; entre otros. Las notas neutrales, se consideraron cuando éstas sólo informaban algún hecho relacionado con el calentamiento global, por ejemplo: deudas pendientes; ayuda de celebridades para recaudar fondos; etc. (ver gráfica No. 4).

## El fin de un modelo de política (2ª edición, ampliada) Universidad de La Laguna, 2017



Fuente: Elaboración propia

En el análisis de las dos clases de prensa (digital y escrita) a través de periódicos nacionales, locales y de cuentas de la red social Twitter, se logró recabar un total de 92 notas en su conjunto. En la prensa escrita, los días 5, 26 y 30 del mes de agosto, ninguno de los 4 periódicos, publicó notas relacionadas con el calentamiento global. Sin embargo, considerando a los dos medios de prensa escrita, se expone que el periódico con más notas acerca del calentamiento global y los demás temas relacionados con él, fue “El Norte” con 36.9%, seguido de “La Jornada” con un 35.6%; en tercer lugar se encuentra el “Excelsior” con un total de 15%, y por finalmente, el periódico “Milenio” con un 12.3%. A mayor escala, la prensa Nacional tuvo mayor rotación de notas sobre la temática estudiada con un 50.6% con respecto a la prensa Local, con un 49.3%.

Las notas tanto de la prensa digital como de la escrita, fueron clasificadas en macro categorías, las cuales ayudaron a dividir los temas de estudio en su relación con el cambio climático y el calentamiento global. Se encontraron un total de 14 categorías (ver gráfica 5).

# El fin de un modelo de política (2ª edición, ampliada)

## Universidad de La Laguna, 2017



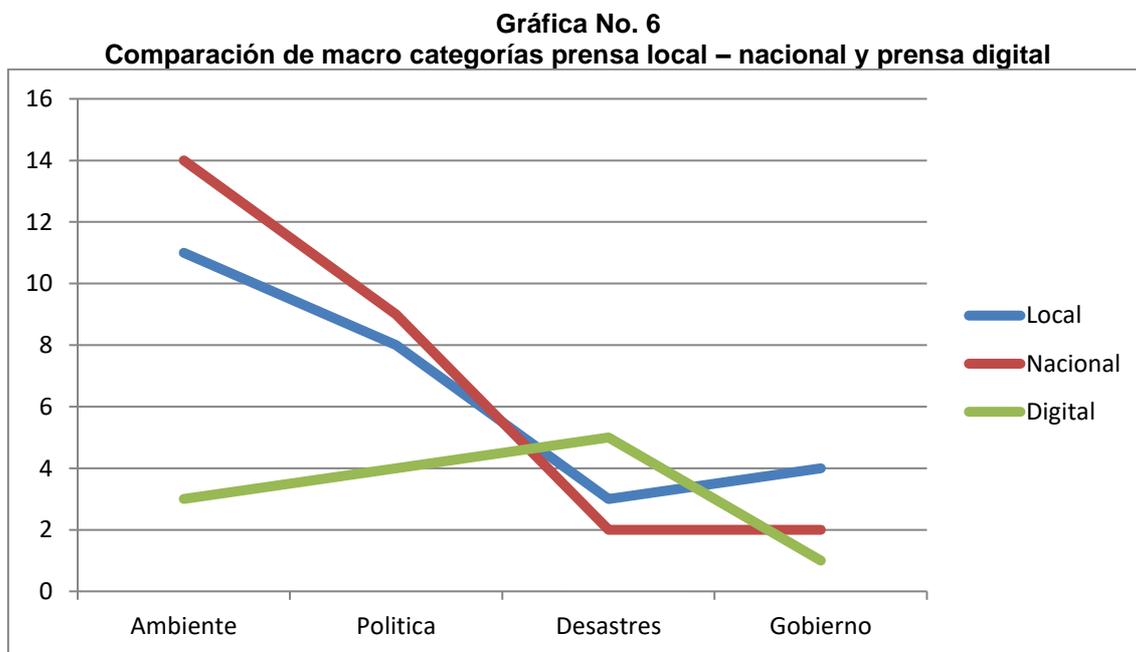
Fuente: Elaboración propia

A partir del análisis de la forma, se clasificaron las notas de acuerdo a las secciones de la prensa digital y escrita donde aparecen. Como resultado, se muestra que el mayor porcentaje de notas relacionadas con el calentamiento global, el cambio climático o temas afines, se encuentra en la sección “Nacional” con un 17.3% (16 notas), seguido por la sección “Sociedad” 15.2% (14 notas). En tercer lugar aparece la de “Política” con 9.7% (9 notas). Posteriormente, se posicionan las secciones “Economía” y “Negocios” con 6.5% (6 notas cada una). Con 4 notas respectivamente, se encuentran las secciones “Vida”, “Local”, “Ciencia” y “Global” con 4.3%. Con tres notas, se ubican la “Capital”, “Opinión”, “Mundo” y “Bienes Raíces” con un 3.2% cada una. En penúltimo lugar se encuentran las secciones “Industria”, “Estados”, “Finanzas” e “Internacional” con 2.1% (2 notas cada uno). Y finalmente, tenemos a las secciones “Salud”, “Tendencia”, “Espectáculo” y “Comunidad” con 1% cada uno, publicando sólo una nota durante el mes de agosto. Sólo hubo una 1ra. plana (1%).

## El fin de un modelo de política (2ª edición, ampliada)

Universidad de La Laguna, 2017

Como ya se mencionó, las macro categorías que destacaron en los dos tipos de prensa fueron “Ambiente”, “Política”, “Desastres” y “Gobierno”. En la gráfica No. 10 se presenta una comparación de estas macro categorías.



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, la macro categoría de “Ambiente” destaca en la prensa nacional con una ventaja del 50% (14 notas), con respecto a la prensa local 39.2% (11 notas) y la prensa digital, con 10.7% (3 notas) (ver gráfica No. 6). Asimismo, en el análisis de las micro categorías de la categoría de “Ambiente” se encuentran las micro categorías de “Informativa” con un 25% y “Consecuencia” donde informaba algún resultado o efecto de algún daño al planeta o sus alrededores hecho por el hombre con un total de 21.4%, en tercer lugar la de “Contaminación” con un 14.2%, le siguen las notas de “Gobierno” en las cuales se escriben las buenas acciones del gobierno hacia el planeta con un 14.2%. “Deforestación”, ocupa el quinto lugar con un total de 7.1%. En último lugar (y empatados) están “Ciudadanos”, “OMS”, “Industria”, “Ciencia” y “Hogares” con un 3.5% respectivamente (ver gráfica No. 7).

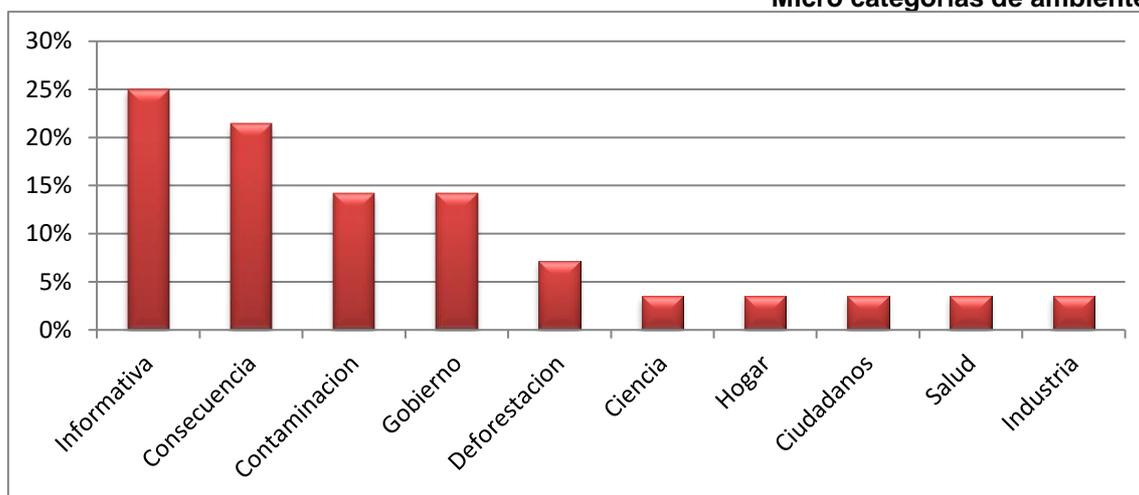
## El fin de un modelo de política (2ª edición, ampliada)

Universidad de La Laguna, 2017

Respecto a la macro categoría de “Ambiente” se registró un 57.1% negativo, 39.2% positivo y 3.4% neutral. Lo que significa, que en cuestión de ambiente, existe una tendencia negativa en el tratamiento informativo de la prensa en general sobre esta temática.

Gráfica No. 7

Micro categorías de ambiente

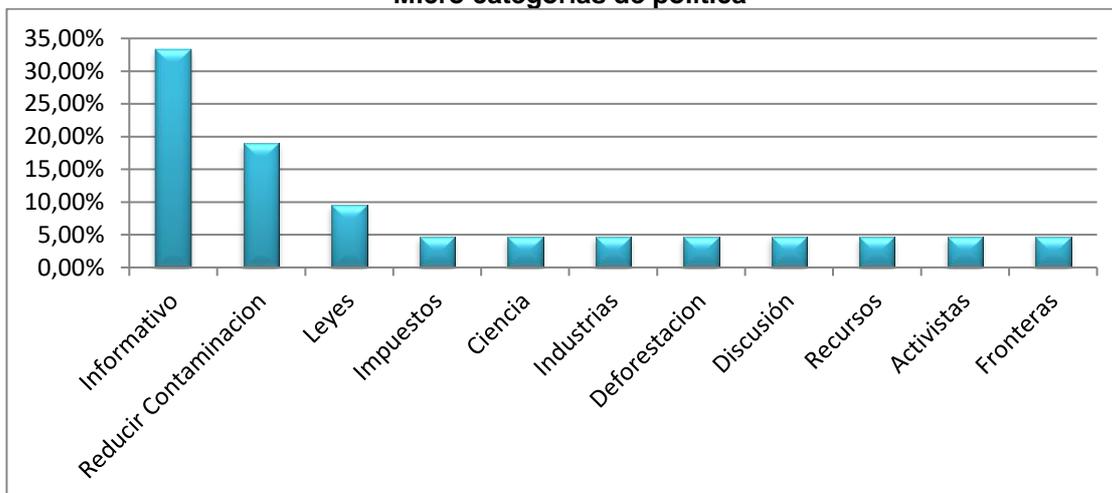


Fuente: Elaboración propia

En la macro categoría de “Política” destaca la prensa nacional con un 43% (9 notas), seguida de la prensa local con un 38% (8 notas) y al final, la prensa digital con un 19% (4 notas). También se analizó a fondo la macro categoría de “Política”, en la que se identificaron las siguientes micro categorías: “Informativa” con un 33.3%, seguido de “Como reducir contaminación” con un 19%. En tercer lugar se encuentra “Leyes” con un 9.5% y por último, la de “Impuestos”, “Ciencia”, “Industrias”, “Deforestación”, “Discusión”, “Recursos”, “Activistas” y “Fronteras”. con un 4.7% respectivamente (ver gráfica 8).

## El fin de un modelo de política (2ª edición, ampliada) Universidad de La Laguna, 2017

Gráfica No. 8  
Micro categorías de política



Fuente: Elaboración propia

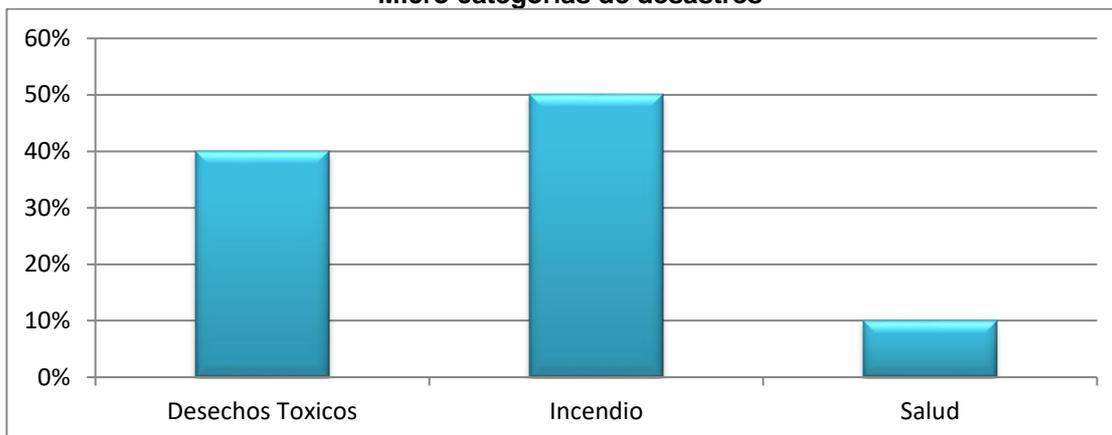
Asimismo, la macro categoría de “Política” tiene un 42.8% positivo, 33.3% negativo y un 23.8% neutral. Esto quiere decir que entre la política y el ambiente, se publican más notas positivas (lo que el gobierno y los políticos hacen correctamente). En la macro categoría “Desastres”, a diferencia de las demás categorías, predominó más en el medio digital con un 50% de las notas publicadas, seguido de la prensa local con un 30%, y por último, la prensa nacional con un 20%.

Asimismo, en el análisis de la macro categoría de “Desastres”, se encontraron las micro categorías de: “Desechos Tóxicos” con un 40%, “Incendio” con un 50% y Salud (OMS) con un 10%. Dentro de esta macro categoría, todas las notas fueron negativas (100%), debido a que en ellas se se enfatizó información relacionada con desastres hecho por el hombre (ver gráfica No.9).

# El fin de un modelo de política (2ª edición, ampliada)

## Universidad de La Laguna, 2017

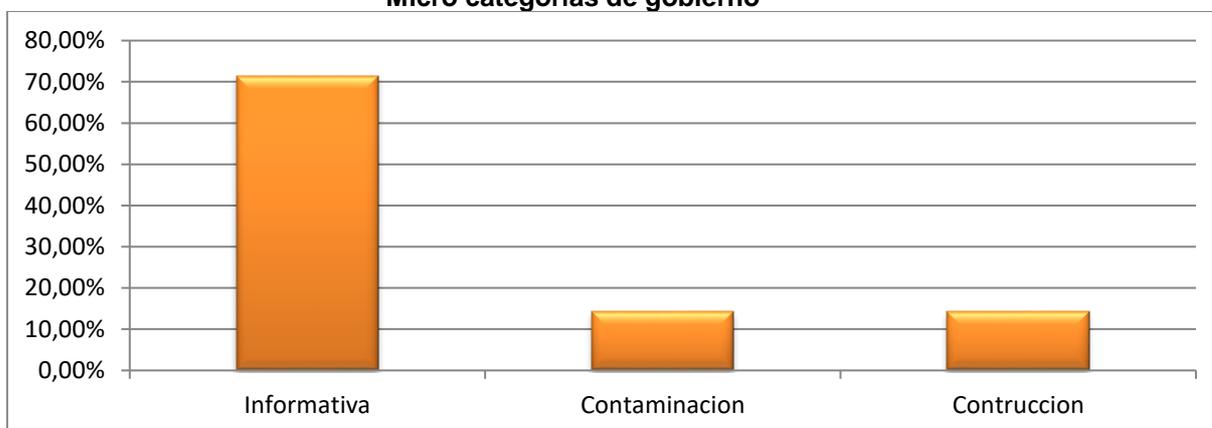
**Gráfica No. 9**  
**Micro categorías de desastres**



Fuente: Elaboración propia

Por último, se ubica la macro categoría de “Gobierno”, en la que se detectó mayor número de publicaciones en la prensa local con un total de 57.1%, con respecto a la prensa nacional con 28.5%, y en la prensa digital, con un 14.2%. Sus micro categorías consistieron en: la Informativa” con un 71.4%, “Contaminación” y “Construcción” con un 14.2% cada una (ver gráfica No.10). Además, esta macro categoría reveló una tendencia positiva del 42.8% con respecto a una posición de empate entre lo negativo y lo neutral representado con el 28.5% respectivamente. Lo que significa que el gobierno tiende a resaltar la información sobre la eficiencia de sus acciones.

**Gráfica No. 10**  
**Micro categorías de gobierno**



Fuente: Elaboración propia

# El fin de un modelo de política (2ª edición, ampliada)

Universidad de La Laguna, 2017

---

## IV. Conclusión

La información analizada en este trabajo de investigación proporciona datos coherentes sobre la detección de notas periodísticas cuyo objetivo principal es el calentamiento global / cambio climático/efecto invernadero/contaminación/deforestación. Se realizaron códigos para clasificar los contenidos, encontrando como resultado que los temas más recurrentes son de corte: Ambiental, Política, Desastres y Gobierno.

De acuerdo a lo anterior, se puede argumentar que las notas expuestas en los periódicos nacionales son más que en los locales. Se analizó y se demostró que las notas expuestas con tintes políticos y gubernamentales, son en su mayoría positivas, dejando a un lado la contaminación que tiene el país y lo poco que se hacen en este rubro. Con respecto a la prensa digital, se demostró, que en su mayoría informa notas de desastres y de tendencia negativa –notas que llaman la atención al usuario de la red social para abrir la nota.

La falta de noticias de relevancia sobre el Calentamiento Global, afecta su difusión en la prensa, fue una de las hipótesis formadas en la investigación. Y se ha demostrado que es falso, ya que de muchas maneras se habló del Calentamiento Global y aunque no fue tan frecuente en diferentes categorías, las noticias aparecieron más constante de lo esperado. Y así, como dice Caballero (2007) el concepto es usado con frecuencia pero con poca claridad.

Otra de las hipótesis planteadas, consistió en que debido a la falta de información acerca del Calentamiento Global y sus consecuencias –y aunque se detectó que no se publica información acerca de las consecuencias de este fenómeno, como lo es el cambio climático o el efecto invernadero– sí se comprobó que se informa de las consecuencias de desastres más visibles, como derrames de petróleo o incendios, entre otros.

Es así que en este estudio se sostiene que la política lidia con el problema del Calentamiento Global cuando éste afecta estrictamente sus intereses. Y aunque la prensa nacional fue el medio de prensa que más publicó noticias de política, tanto la prensa local y digital, mantuvieron notas con tintes políticos. Por lo tanto, este supuesto fue rechazado.

## **El fin de un modelo de política (2ª edición, ampliada)**

Universidad de La Laguna, 2017

---

Asimismo, se demostró que dentro de las secciones y categorías, la política despuntó en todas. Aunque se siguen considerando pocas las notas sobre Calentamiento Global dentro de esta sección. En contraparte, se pudo observar que se habla del ambiente únicamente cuando le afecta (a la política) estrictamente, hubo varias notas donde ciertos partidos, ciertos funcionarios públicos e incluso la sociedad civil, hacían un llamado para actuar y mejorar en torno al Calentamiento Global y sus consecuencias.

Asimismo, se observó que en la prensa local hubo más notas sobre el Calentamiento Global relacionadas con negocios que de corte científico. Y que la prensa digital, se interesa más en asuntos de entretenimiento y bienes raíces que en el efecto invernadero.

En este tenor, las estrategias de comunicación para generar el cambio social se subordinan de la comunicación de masas –comunicación de medios, medios de masas y TICs; así como de la comunicación interpersonal y participativa. Por ello, el cambio social sustentable desde la perspectiva de la comunicación masiva, requiere que la comunicación cumpla funciones primordiales: generar cambios de actitudes a nivel individual, interpersonal y/o comunitario o social, y recomendaciones focalizadas desde los marcos legales; a través de la difusión de información estratégica dirigida principalmente a los tomadores de decisiones en todos los niveles y sectores de la sociedad. Asimismo, la combinación e incorporación de otros factores estructurales y coyunturales, de política y legislación, provisión de servicios y oportunidades sociales, institucionales y organizacionales, socio económicos, culturales y ambientales; es determinante para la sustentabilidad de los procesos del cambio social. Finalmente, se puede concluir que la frecuencia con la que se trata la información sobre uno de los principales desafíos del desarrollo sustentable al que se enfrenta la sociedad–Cambio climático– en la prensa escrita y digital, local y nacional; no es coherente con la dimensión y complejidad del problema que representa para el futuro de la humanidad. Por lo que se sugiere un tratamiento más recurrente en los contenidos de las notas periódicas que informe a la comunidad tanto de sus causas como de sus efectos en la vida humana.

# El fin de un modelo de política (2ª edición, ampliada)

Universidad de La Laguna, 2017

---

## VI. Bibliografía

- Alcaraz, L. G. (2012). El cambio climático en la prensa local. Agenda informativa, valores noticiosos y encuadres periodísticos en dos diarios argentinos. *Razón y palabra*, (80), 36-29.
- Alonso, J. A. (2010). *El planeta Tierra en peligro (calentamiento global, cambio climático, soluciones)*. Editorial Club Universitario.
- American political issues: The agenda-setting function on the press, St. Paul, Barros, V. (2006). *Cambio climático global*. Libros del Zorzal.
- Bermúdez, F. L., & Díaz, A. R. (1998). Erosión y desertificación: implicaciones ambientales y estrategias de investigación. *Papeles de geografía*, (28).
- Boykoff, M. T. (2009). El caso del cambio climático: los medios y la comunicación científica. *Infoamérica: Iberoamerican Communication Review*, (1), 117-127.
- Brosius, H. B., & Kepplinger, H. M. (1990). The agenda-setting function of television news static and dynamic views. *Communication Research*, 17(2), 183-211. 1981.
- Brundtland, H. (2002). Salud y desarrollo sostenible. *Información Comercial Española: Revista de Economía*, 3(35), 26-57. España
- Caballero, M., Lozano, S., & Ortega, B. (2007). Efecto invernadero, calentamiento global y cambio climático: una perspectiva desde las ciencias de la tierra. *Vol. 8*.
- Cruz, E. G. (2007). Los medios de comunicación y la ecología en México. *El Cotidiano*, 146, 43.
- DeGeorge, W. F. (1981). Conceptualization and measurement of audience agenda. *Mass communication review yearbook*, 2, 219-224.
- Fernández-Reyes, R. (2015). La cobertura periodística del cambio climático y del calentamiento global en El País, El Mundo y La Vanguardia.
- Fishman, M. (1983). La fabricación de la noticia. Tres Tiempos, Buenos Aires
- GARCÍA, Inés; DORRONSORO, Carlos. Contaminación del suelo. *Dpto. de Edafología y Química Agrícola. Universidad de Granada sp*, 2000.

## **El fin de un modelo de política (2ª edición, ampliada)** Universidad de La Laguna, 2017

---

- González, M. A. C. (2001). Convivencia de la prensa escrita y la prensa on line en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, (7), 71-78.
- Gustavo Gili, S.A., Barcelona. Igartua, J. J. y Humanes, M. L. (eds.) (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*, Síntesis, Madrid.
- Kircher, M. (2014). La prensa escrita: actor social y político, espacio de producción cultural y fuente de información histórica. *Revista de Historia*, (10), 115-122.
- Lomba, J. T. (2009). *Economía del cambio climático*. Taurus.
- López, E. M. (1963). El análisis de contenido. *Revista de estudios políticos*, (132), 45-64
- Martínez, C., Sosa G & María S., (2016). Aportaciones y diferencias entre comunicación en salud, comunicación para el desarrollo y para el cambio social. *Revista de Comunicación y Salud*. Vol. 6 pp. 69-80.
- McCOMBS, M. (1977), "Newspaper Versus Television: Mass Communication
- Noriega, C. A. L. (2009). Implementación del periodismo interactivo en los portales de la prensa mexicana, las políticas: información, gratificación y persuasión" en MORAGAS, M. de
- Ortiz, O., & Valdez, A. (2016). Enfoque de sistemas y metodología participativa para desarrollar medios escritos de comunicación agrícola. El caso de la papa en la agricultura de subsistencia. *Revista Latinoamericana de la papa*, 5(1), 103-121.
- Pardos, J. A. (2010). *Los ecosistemas forestales y el secuestro de carbono ante el calentamiento global* (Vol. 20). INIA.
- Rodríguez Díaz, R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria*. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- Salaverría, R. (1999). De la pirámide invertida al hipertexto: hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital.
- Salaverría, R. (2005). *Redacción periodística*.
- Sans, R., & de Pablo Ribas, J. (1989). *Ingeniería ambiental: contaminación y tratamientos* (Vol. 28). Marcombo.

## **El fin de un modelo de política (2ª edición, ampliada)** Universidad de La Laguna, 2017

---

Servaes, J. (2012). Comunicación para el desarrollo sostenible y el cambio social. Una visión general. CIC. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 17, 17-40.

---