



ISSN: 1988-2483  
<https://doi.org/10.51896/oidles>

# OIDLES. DESARROLLO LOCAL Y ECONOMÍA SOCIAL

D I C E latindex EconPapers IDEAS Dialnet InDICES CSIC Scúpira

## LA EXPLOTACIÓN MINERA EN LA AGENDA DEL PERIODISMO AMBIENTAL

Hever Sánchez Martínez

Universidad Nacional de Loja

0000-0001-5189-5164

Hever.sanchez@unl.edu.ec

### RESUMEN

El presente ensayo tiene como propósito sistematizar referentes teóricos sobre la comunicación ambiental y el periodismo especializado en medio ambiente, y su relación con la explotación minera. De ahí que se aborden las concepciones teóricas de la comunicación ambiental en su relación con la educación, que encuentra en los medios un vehículo eficaz para promover una conciencia proambiental en los ciudadanos. Igualmente, se particulariza en el periodismo ambiental como una forma de especialización, encargado de contextualizar, estudiar e identificar los efectos de las intervenciones humanas en la naturaleza. Se profundiza en la explotación minera como *issue* relativo al medio ambiente en un primer nivel de establecimiento de la agenda, significada en un segundo nivel de diversos modos: un discurso opuesto a la minería que sostiene que esta perjudica al medio ambiente, y otro que destaca la sostenibilidad en la explotación de los recursos minerales. Para la construcción del ensayo, se aplicó el método documental, análisis-síntesis e inductivo-deductivo. Las reflexiones suscitadas, permiten concluir que: 1) la comunicación tiene una capacidad transformadora para impulsar la creación de nuevos valores y actitudes ciudadanas hacia la naturaleza; 2) el periodismo constituye una vía idónea para contribuir a la educación ambiental de los ciudadanos; 3) el tratamiento periodístico de los temas relativos a la agenda sobre explotación minera responde a lógicas complejas relativas a las instituciones mediáticas, por medio de las que condenan o aplauden la actividad extractiva.

**Palabras clave:** comunicación, periodismo, medio ambiente, minería, discurso

## MINING EXPLOTATION ON THE AGENDA OF ENVIRONMENTAL JOURNALISM

### ABSTRACT

The purpose of this essay is to systematize theoretical references on environmental specialized in the environment, and its relationship with mining exploitation. Hence, the theoretical conceptions of environmental communication in its relationship with education are addressed, which finds in the media an effective vehicle to promote a pro-environmental journalism as

forma of specialization, in charge of contextualizing, studying and identifying the effects of human interventions in nature. Mining exploitation is explored as an issue related to the environment in a first level of agenda setting, signified in a second level in various ways: a discourse opposed to mining that argues that it harms the environment, and another that highlights sustainability in the exploitation of mineral resources. For the construction of the test, the documentary method, analysis-syntheses and inductive-deductive was applied. The reflections raised allow us to conclude that: 1) communication has a transforming capacity to promote the creation of new values and citizen attitudes towards nature; 2) journalism is an ideal way to contribute to the environmental education of citizens; 3) the journalistic treatment of the issues related to the agenda on mining exploitation responds to complex logics related to media institutions, through which they condemn or applaud extractive activity.

**Keywords:** communication, journalism, environmental, mining, speeches.

## INTRODUCCIÓN

A pesar de la frecuente alusión a la comunicación ambiental para que las sociedades comprendan la crisis que vive el planeta en relación con este particular y actúen en consecuencia, Palavecinos, Ulloa, Piñeiro y Díaz (2015) y Aparicio (2016) coinciden en que los procesos de comunicación ambiental han tenido un uso instrumental, por lo que han sido relegados a un plano ínfimo desde la teoría. Por ello se adolece de sólidas propuestas de definiciones que tomen a la comunicación desde su multidimensionalidad para formular un concepto de comunicación ambiental abarcador sobre la base de la complejidad que entraña este campo.

Conformada por una serie de principios, la comunicación ambiental pasa por el tamiz de los medios de comunicación, que para Barranquero y Marín (2014, p. 476) desempeñan un rol central tanto en la destrucción del medio ambiente como en su conservación y mejoramiento. De ahí que este ensayo reflexione concretamente sobre comunicación ambiental en sentido general, particularizando en la práctica periodística especializada en temas ambientales y la sistematización de sus principios generales.

Las reflexiones emanadas de este trabajo lo conducen a centrarse en la agenda de la actividad extractiva o explotación minera, pues es notable la ambigüedad discursiva en torno al tema. Mientras unos medios destacan el logro de la sostenibilidad en la explotación de recursos minerales y el valor demostrado de la comunicación ambiental, otros resaltan el incremento de conflictos sociales, huelgas, accidentes laborales o daños ecológicos, asociados a la actividad extractiva a escala internacional. Sin embargo, el llamado es a comunicar prácticas adecuadas para la preservación medioambiental, que sensibilicen tanto a mineros como a ciudadanos involucrados, en aras de potenciar la sostenibilidad de la actividad extractiva.

## DISCUSIÓN

Como reconoce León (2013), en la actualidad la comunicación “se convierte en uno de los sectores más dinámicos, con profundas repercusiones en todos los órdenes de la vida social” (p. 10). Semejante dinamismo incide en el carácter mutante de la comunicación, sujeta a cambios en el pensamiento humano y el lenguaje. En los orígenes de la humanidad, el ser humano se comunicaba a través del lenguaje no verbal. El lenguaje articulado apareció después buscando exteriorizar las ideas y la inteligencia. Así hoy, la comunicación “como ciencia, disciplina y proceso social se interesa por informar adecuadamente y sensibilizar críticamente a la población para promover su participación (...)” (Zurita Rivera como lo citaron Rodríguez Luna y López-Hernández, 2014, p. 244).

En el caso concreto de la comunicación ambiental, esta se constituye a partir de principios ontológicos, epistemológicos, axiológicos, estructurales y pragmáticos, centrados en la relación del ser humano con el ambiente (Aparicio, 2016, p. 220). Su objetivo de cambiar actitudes hacia una conciencia proambiental provoca que se considere “en forma de campaña, programa o plan estratégico de comunicación de carácter público o colectivo, que emplea distintos medios y soportes (*spots* o anuncios audiovisuales, *banners*, cartelería, folletos, cuñas de radio, etc.)” (Palavecinos *et al.*, 2015, p. 1460).

Así, los principios ontológicos de la comunicación ambiental involucran un sustrato del ser humano como ente social e individuo formador de cultura y de cosmovisiones del mundo. En este sentido, es oportuno considerar el concepto de medio ambiente en tanto

... un sistema complejo y dinámico, integrado por tres grandes subsistemas: naturaleza, sociedad y economía, que evoluciona a través del proceso histórico de la sociedad, reconociendo como elemento de significativa importancia en su estudio las relaciones entre la sociedad y la naturaleza, así como el papel clave de la cultura en la configuración de dichas relaciones. (Márquez, Hernández, Márquez y Casas, 2021, p. 302)

Si la cultura es, desde su concepción clásica antropológica, constructora, constitutiva y creadora de todos los aspectos de la vida, incluyendo la economía y el desarrollo (Barrera, 2013, p. 14), puede entenderse que este principio ontológico de la comunicación ambiental requiera que la especie humana reconozca qué efectos traen sus acciones sobre el funcionamiento de la biosfera, por lo que desde una perspectiva epistemológica, la comunicación ambiental se sustenta en la adquisición y puesta en práctica de un conjunto de conocimientos, saberes y hábitos que son posibles gracias a la educación ambiental.

De este modo, el principio epistemológico busca que la educación ambiental sea tomada en cuenta como resultante de procesos de diálogo entre concepciones sobre el conocimiento, el aprendizaje y la cosmovisión socio-histórica determinada, que permite formar una racionalidad para que los seres humanos establezcan relaciones interpersonales y con el entorno. En este sentido, la educación ambiental

... resulta de vital importancia a favor de la plena realización de los derechos humanos, la paz, el ejercicio responsable de la ciudadanía local y mundial, la igualdad de género, el derecho sostenible y la salud. Para lo cual se requiere de una adecuación de los contenidos de dicha educación que propicie la adquisición de los conocimientos, capacidades, valores y actitudes que necesitan los ciudadanos para vivir una vida fructífera, adoptar decisiones fundamentadas y asumir un papel activo, tanto en el ámbito local como mundial, a la hora de afrontar y resolver los problemas planetarios. (Márquez *et al.*, 2021, p. 309)

Este principio dialoga estrechamente con el axiológico, referido a la formación de valores y actitudes, a partir de la creación de una conciencia ciudadana en torno a las cuestiones éticas y culturales que afectan a los seres humanos. Desde una óptica axiológica, se puede intencional la reflexión en torno a “experiencias, disciplinas o situaciones existentes en el ámbito social que inciden en el estado de la biodiversidad” (Aparicio, 2016, p. 221), con los propósitos de promover el respeto a la vida y la diversidad de sus formas, establecer valores asociados a la protección ambiental, la colectividad y sus derechos sobre territorios, así como crear actitudes transformativas y emancipatorias (Aparicio, 2016, p. 225).

Lo anterior es viable al considerar los elementos que conforman la estructura comunicativa, donde el lenguaje es medular. Gracias a este puede lograrse una adecuada interacción y una cosmovisión heterogénea del mundo en general, y de los fenómenos ambientales en particular. Esto es comprensible cuando se asume que la comunicación ambiental es una práctica interpretativa que construye y/o produce diferentes sentidos resultantes de los productos comunicativos emitidos.

Para educar por medio de la comunicación ambiental, crear valores o cambiar paradigmas, el lenguaje necesita emplearse para informar “elementos de juicio y fundamentos racionales para el apoyo a los procesos de gestión ambiental, el desarrollo a escala humana y la calidad de vida” (Aparicio, 2016, p. 225). También su empleo se fundamenta en la divulgación de información relacionada con la ciencia, a la vez que permite acondicionar espacios de socialización, construir diálogos horizontales sobre la base del respeto, incitar a la participación, reflejar necesidades y demandas de los sujetos o instituciones involucrados, sistematizar experiencias y generar aprendizajes.

Desde su concepción pragmática, la comunicación ambiental puede

... hacer que los ciudadanos conozcan e influyan en la toma de decisiones ante la crisis ambiental global. Lo sustancial en los procesos comunicativos -a diferencia de los informativos- implica compartir o intercambiar significados de una determinada intencionalidad. Significados asociados a un escenario complejo, ya que forma parte de un universo discursivo que considera condiciones de producción, recepción y circulación. (Rivera, 2007 como lo citaron Rodríguez Luna y López-Hernández, 2014, p. 244)

La enunciación de los principios que conforman la comunicación ambiental promueve la reflexión en torno a que va más allá de los contenidos ambientales, pues se comprende desde una visión de complejidad, que potencia a la comunicación como un espacio óptimo para la transformación sociocultural por medio de la participación. De ahí que Barranquero y Marín (2014) enuncien el amplio abanico de situaciones que abarca la comunicación ambiental y que pueden definirse como

... las retóricas y discursos ambientales de gobiernos, corporaciones y grupos ecologistas; las representaciones de la naturaleza en la cultura popular, los medios, la publicidad y el marketing verde; la participación pública en la toma de decisiones y la resolución de conflictos ambientales; y comunicación de riesgos y catástrofes ecológicas. (p. 476)

Tales situaciones que describen ambos autores pasan por el tamiz de los medios de comunicación, que desde la década de los 70 del siglo XX -según algunos autores (Barranquero y Marín, 2014; Parrat, 2014)-, han centrado la atención de los ciudadanos en muchas cuestiones ambientales.

### **El periodismo ambiental como forma de especialización**

La Conferencia de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente Humano, celebrada en Estocolmo en 1972, alertó sobre el papel ambiguo que pueden desempeñar los medios en relación con un tema tan sensible como la educación ambiental. De ahí que en esta reunión se insistió en que los medios informaran sobre la protección del medio ambiente, como única garantía de que el hombre pudiera desarrollarse en todos los ámbitos de la vida social. Igualmente, se condenó la publicación de trabajos periodísticos que alentaran acciones con consecuencias nocivas para el planeta.

Aunque en los años 60 en muchos países habían surgido agrupaciones de periodistas con intereses ambientales y ecológicos, todavía en los 70 eran insuficientes, a pesar de que se difundían noticias sobre el tema en revistas editadas por grupos ecologistas. Incluso, la historia de la comunicación ambiental en los medios estuvo matizada por tristes anécdotas como la que protagonizó el periodista brasileño Randáu Marques que, en el contexto de la dictadura militar -siendo presidente Artur da Costa e Silva-, publicó en un diario carioca un reportaje de investigación sobre la intoxicación por plomo que habían sufrido diseñadores y obreros de una de las fábricas de zapatos más reconocidas de Brasil en aquel periodo. El periodista fue acusado de subversivo y encarcelado.

La siguiente década fue testigo de catástrofes ecológicas como la explosión del cuarto reactor nuclear de la central Vladimir Ilich Lenin de Chernóbil (1986), la marea negra que generó el Exxon Valdez en Alaska (1989) y la Guerra del Golfo arábigo-pérsico (1991) fueron acontecimientos noticiosos que impusieron reflexiones en torno al costo ambiental que

derivarían.

Quizás por lo anterior, dos décadas después de Estocolmo, la Cumbre de La Tierra -celebrada en Río de Janeiro- en su informe sobre el Estado del Medio Ambiente (1992), señalaba que aunque los medios habían orientado la atención del público hacia muchas de las cuestiones ambientales, los temas abordados consistían en una reacción ante acontecimientos que se sucedían en este campo.

El memorándum sentó las bases para que una comunicación ambiental exitosa se fundamente en su sistematicidad y provea “a sus públicos meta, a partir de un diagnóstico previo, de los conocimientos necesarios que les permitirán valorar de forma positiva la relación con su entorno y desarrollar buenas prácticas hacia este” (Gómez, Samón y Brull, 2018, p. 21). Y es que hasta ese momento, el tema era sensacionalista, pues sólo se cubrían los desastres ecológicos y se entrevistaba a grupos ambientalistas, marcando una tendencia informativa que mostraba los problemas ambientales como imposibles de solucionar.

Parrat (2014) recuerda además que cuanto se publicaba sobre medio ambiente en los medios era puntual y de carácter anecdótico, y reconoce que la Cumbre de Río dio un impulso a la labor de los periodistas especializados en medio ambiente, quienes “durante mucho tiempo fueron tildados de ‘ecologistas’ en tono peyorativo, incluso entre sus compañeros de profesión” (p. 343).

Años después de la Cumbre de la Tierra, las autoras Suárez Romero y Ortega Pérez (2015) reconocen que los medios de comunicación son una de las llaves para promocionar políticas y modos de actuación que visibilicen las amenazas que sufre el medio ambiente, y tienen además el reto de transformar “hábitos y estilos de vida que posibiliten la generación de una cultura del bienestar en torno a los recursos naturales” (p. 262).

Fue visible que a partir de los '90 surgieran varias asociaciones de periodistas especializados en temas relativos al ambiente. Aunque ya en Francia desde 1969 existía la *Journalistes-écrivains pour la nature et l'écologie*, considerada la primera agrupación existente a nivel internacional y en 1990 en Estados Unidos se creó la *Society of Environmental Journalists*, hacia 1994 fueron apareciendo gremios de periodistas ambientales como la Asociación de Periodistas de Información Ambiental (España), la Red de Comunicación Ambiental de América Latina y del Caribe (RedCalc), la Federación Internacional de Periodistas Ambientales, la Asociación Nacional de Periodistas Ambientales (Colombia), la *Red Brasileira de Jornalismo Ambiental* (Brasil), la Red Mesoamericana y Red Mexicana de Periodismo Ambiental (México), entre otras.

Estas asociaciones, unidas a voluntades comunicativas, fueron consolidando una práctica periodística especializada en temas ambientales, a la vez que promovieron el intercambio de contenidos entre especialistas, el fortalecimiento del trabajo periodístico orientado a mejorar las

condiciones de los territorios e incrementar las acciones de capacitación gremial.

Hirschfeld (2012) afirma que la especialización comenzó a ser tendencia en el siglo XX, cuando fueron surgiendo en los medios de comunicación secciones menos tradicionales, orientadas a abordar temas como la salud, la ciencia, la moda, los deportes o la gastronomía. Relata esta autora que, “al surgir, cada una de estas nuevas figuras buscó adaptar las herramientas ya establecidas a su práctica específica para utilizarlas en provecho del objetivo del periodismo en su totalidad: informar al público” (p. 16).

En este sentido, la parcelación del conocimiento que difunden los medios de comunicación da lugar a que los periodistas se especialicen en temas específicos, cumpliendo con la función de intermediación “entre los expertos de las diferentes disciplinas a cubrir y los receptores finales de su trabajo- público general. Debe adaptar, entonces, los conceptos técnicos a un lenguaje periodístico, que haga posible su comprensión a una audiencia no especializada” (Hirschfeld, 2012, p. 16).

Puede entenderse entonces que la especialización periodística es una actividad legitimada desde la óptica misma de la sociedad, pues las exigencias de los lectores requieren mayor carga interpretativa de los discursos. Con relación al emisor, González y Arcia (2018) argumentan que “los periodistas especializados se distinguen por el estudio sistemático y el tratamiento de un tema determinado durante un tiempo prolongado, que les garantizan la profundidad de conocimientos y una mayor preparación” (p. 140).

Cardona (2015) refiere que el periodismo especializado “surgió de manos del *periodismo explicativo*, puesto que, para ser especializado, se requería que sus artífices tuvieran un conocimiento profundo de la materia tratada” (p. 39). Esto le permitió formar un carácter más analítico, donde se contextualizaran mejor los acontecimientos de determinado ámbito, y se construyese una información periodística comprensible para el público motivado por ella, pues el periodismo especializado se encarga de transmitir “información periodística de calidad que satisfaga las necesidades, gustos e intereses de la audiencia, y de esa forma se puede establecer un útil, profundo y enriquecedor diálogo social a través de los *mas media*” (Cardona, 2015, p. 45).

En el caso concreto que nos ocupa, aunque hay autores que defiende que los temas ambientales se insertan dentro del periodismo científico, Suárez Romero y Ortega Pérez (2015) lo consideran una especialidad con autonomía. Este artículo suscribe tal planteamiento. No obstante, debe mencionarse que, principalmente en Latinoamérica, hay quienes catalogan al periodismo ambiental como “vulnerable” (Mateu y Domínguez, 2011); pero esta corriente de pensamiento no es compartida por la mayoría de los estudiosos consultados para este trabajo.

Las definiciones sobre periodismo ambiental nos conducen a comprenderlo como un ejercicio periodístico “transformador, movilizador y promotor de debates por medio de informaciones

calificadas en pro de una sustentabilidad plena” (Girardi, Schwaab, Massierer y Loose, 2012, p. 148). Y es que el periodismo ambiental contextualiza, analiza procesos y alerta sobre los posibles efectos que la acción del hombre provoca en el medio ambiente, centrándose en los aspectos que guardan relación con la degradación. Por ello esta especialidad se erige en disciplina imprescindible para dar luz sobre las posibles soluciones y acciones a emprender, encaminadas a evitar catástrofes ecológicas con efectos irreversibles para la civilización.

Gavirati (2016) también señala que además de una especialización profesional, el periodismo ambiental lucha por una mayor jerarquización de lo ambiental en los medios. Y aunque suele desarrollarse al margen de los movimientos ecologistas, ello no lo exime de cierta dosis de activismo. Esta idea la refuerza Acosta Quiroz (2017), cuando afirma que

... el periodismo ambiental es no solo una tendencia sino una acción surgida de voces críticas para despertar conciencia y hacer comprender al público la realidad del consumo desmesurado, así como estimular la capacidad para participar y decidir sobre la forma de vida, alertando y previniendo a la sociedad de manera permanente, mediante mensajes educadores, basados en la filosofía periodística, de una información ética y veraz... (p. 63)

Del mismo modo, Acosta Quiroz (2017, p. 64) refuerza la idea anterior, cuando reconoce que el periodismo, en toda su dimensión, es capaz de generar procesos de enseñanza usando a los medios de comunicación como soportes, dando lugar a un aprendizaje colectivo que se visibiliza en la proyección social de los grupos humanos. En el caso concreto del periodismo ambiental ese proceso de aprendizaje trasciende las historias sobre los seres vivos, en una pretensión por reflexionar sobre los derechos humanos en relación con el acceso a los recursos naturales, la biodiversidad y el cambio climático, por tan sólo mencionar algunos.

Hay autores que parten de la idea del periodismo ambiental como un ejercicio reivindicador de la igualdad con el resto de las especialidades periodísticas y defienden su carácter investigativo, interpretativo e informativo. Esta visión avala que el periodismo ambiental está obligado a ser riguroso, ya que “debe contribuir con la difusión de temas complejos y al análisis de sus implicaciones políticas, sociales, culturales y éticas” (Quiñónez, 2012, p. 188).

Por eso el periodismo ambiental está llamado a plantear alternativas y soluciones que hagan posible a los seres humanos habitar en un medio ambiente saludable. En este sentido, el periodismo ambiental recoge una serie de tipologías temáticas que incluyen componentes no sólo naturales del ambiente, sino también artificiales. Sobre la base de autores Villacres (2018), puede establecerse que los temas del periodismo ambiental se asocian a distintas situaciones:

1. Residuos: urbanos, industriales, agrícolas, hospitalarios y nucleares.
2. Agua: ríos, pantanos contaminación de aguas superficiales y subterráneas, depuración y plantas desalinizadoras.

3. Bosques: incendios, repoblaciones.
4. Protección de la naturaleza: espacios protegidos, parques naturales, fauna, flora, recursos naturales y tráfico de animales.
5. Mares: efectos del mar en el clima, pesca, especies en peligro de extinción, contaminación, vertidos de residuos nucleares, costas y ballenas.
6. Suelos: erosión y desertificación.
7. Energía: alternativas, nucleares, eólica y solar.
8. Transporte: actual y del futuro.
9. Atmósfera: contaminación atmosférica, capa de ozono, cambio climático.
10. Agricultura: agricultura y ganadería intensiva y extensiva, agricultura ecológica, pesticidas, desarrollo rural, vías pecuarias.
11. Problemas urbanos: ruidos, contaminación de las ciudades, zonas verdes, especulación urbanística, población y pérdida del patrimonio arquitectónico.
12. Turismo: impacto.
13. Impacto ambiental.
14. Nuevas tecnologías.
15. Gestión ambiental.
16. Políticas públicas.

Estas situaciones ambientales listadas, suelen incluirse en la agenda informativa de muchos medios de comunicación a nivel mundial, e inducen prioridades en la agenda de la opinión pública que inciden indirectamente en la agenda política. También muchos de estos temas son tratados como encuadre (*framing*), relacionado “con la forma de describir y significar el problema, seleccionando y haciendo más salientes ciertos aspectos de la realidad, promoviendo una determinada interpretación causal, evaluación moral o recomendación de tratamiento, o sosteniendo una específica argumentación o posición del autor” (Billi, 2016, p. 25).

Por eso es oportuno revisar los estudios sociológicos de la comunicación de masas, que plantea que los medios conservan la estabilidad dinámica del sistema comunicativo enlazando comunicaciones pasadas y siguientes, seleccionando y desechando operaciones que no le pertenecen, sin sustraerse de la sociedad y observándola permanentemente para construir

“una “memoria social” que se reactualiza con estas nuevas observaciones. Dicha memoria supone no sólo el mecanismo de dar presencia (en términos temporales) a ciertas informaciones sino también el mecanismo del olvido, la omisión y el silencio” (Becerra y Arreyes, 2013, p. 53). Atendiendo además a que los medios de comunicación no pueden abordar en su totalidad todos los aspectos de la realidad, sí determinan de qué se hablará, y definen si asuntos concretos como los residuos, la mitigación del cambio climático, el desarrollo sustentable, la biodiversidad o la cultura local -por citar algunos ejemplos- permanecerán o no en cada edición.

Resulta importante entonces la tematización, que constituye la forma por medio de la cual los periodistas atribuyen sentido a la realidad social. Como refiere Billi (2016), la tematización permite a los medios construir estructuras de sentido, “ordenando una variedad de referencias comunicativas y semánticas, derivadas de múltiples sistemas funcionales, de una forma que promueva su comprensión difundida en el gran público” (p. 41). Así los medios seleccionan todos los sistemas de la realidad observados, como el caso del medio ambiente.

La tematización de los asuntos ambientales construye opinión y promueve debates en torno a proyectos, agendas y enfoques políticos, prácticas respetuosas con respecto al medio ambiente, conflictos ambientales y fenómenos ecológicos catastrofistas (Barranquero y Marín, 2014). Esto también facilita que desde el periodismo ambiental surjan críticas que detengan el carácter sensacionalista ofrecido a las evidencias científicas y “del efecto de estas supuestas distorsiones sobre el escepticismo público respecto a los fenómenos ambientales, el consenso científico, y las soluciones propuestas” (Billi, 2016, p. 43).

Teniendo en cuenta las reflexiones anteriores, este ensayo propone definir el periodismo ambiental como una especialización periodística autónoma encaminada a informar, interpretar, analizar e investigar, desde una postura ética de compromiso con la sociedad, sobre temas que afectan a los seres vivos y su entorno, asociados a disímiles situaciones como residuos, aguas, bosques, protección de la naturaleza, mares, suelos, energía, transporte, atmósfera, agricultura, problemas urbanos, turismo, impacto y gestión ambientales, políticas públicas y nuevas tecnologías. Estos asuntos forman parte de la agenda temática de los medios de comunicación, y son abordados con mayor o menor énfasis en dependencia de su alcance global, regional o local. Su aparición en los medios contribuye a promover debates y construir opinión pública en torno a las prácticas adecuadas para promover una óptima relación con el medio ambiente.

### **Periodismo ambiental, explotación minera y agenda**

En décadas recientes, la actividad extractiva (también conocida como explotación minera, extractivismo o minería) se ha expandido internacionalmente. Aunque se dice que sólo entre 2003 y 2013, “los presupuestos de inversión minera aumentaron en 800% y la cotización de los principales metales se triplicó” (De Echave y Diez, 2013, p. 7), datos obtenidos entre

2008 y 2018 avalan que “los precios de las materias primas alcanzaron tanto máximos históricos como mínimos históricos, las empresas mineras se dedicaron tanto a las adquisiciones significativas como a la consolidación y las realidades operativas cambiaron irrevocablemente frente a la revolución digital” (Ives, 2018, p. 3).

Esta etapa de cambios en el sector minero provocó que 13 países latinoamericanos se posicionasen entre los 15 mayores productores de minerales a nivel internacional, generando un incremento de conflictos sociales, huelgas o accidentes laborales (Altomonte, 2013), a la vez que la reputación de la industria se ha debilitado, pues esas empresas “contribuyen a los daños ecológicos, causan un impacto negativo en la comunidad y se dedican a prácticas dudosas en el extranjero” (Ferguson, 2018, p. 24).

En este sentido, La Rotta y Torres Tovar (2017), plantean que los conflictos asociados a la contaminación de los recursos naturales, en unos casos ya existentes y en otros exacerbados por la minería, “obedecen a una serie de factores que convergen para dar paso a un clima de tensión, incertidumbre y vulnerabilidad en las comunidades afectadas que desemboca luego en profundos daños sociales, ambientales, sanitarios y económicos” (pp. 78-79). Esta realidad propicia que la explotación minera sea debatida en las naciones donde se practica, “con una percepción dicotómica entre la opinión pública: una cara positiva asociada a sus impactos económicos y una cara negativa a los sociales y ambientales” (Suescún, 2015, p. 67).

Precisamente, son los medios de comunicación los encargados de divulgar información y sensibilizar a los públicos en torno a esos temas, buscando la formación de cogniciones, actitudes y conductas sobre la base de lo que se transmite. Un estudio publicado por Suescún (2015) con relación a cómo los diarios impresos colombianos configuran la reputación de las industrias mineras, reveló que, aunque el tema cuenta con gran visibilidad mediática, en los trabajos periodísticos prevalece la valoración negativa de la actividad minera y de las empresas que la desarrollan.

Lo anterior demuestra que los medios no sólo seleccionan los hechos a mostrar, sino que también orientan sobre cómo las personas deben comprender los temas de la realidad social. Esta realidad tiene su amparo teórico en los estudios desarrollados sobre agenda mediática. Las investigaciones seminales se concentran en la hipótesis de la agenda-setting como

... la transferencia de la importancia de los objetos desde los medios hacia el público. Por aquel entonces, se buscaba dar respuesta a la pregunta acerca de en qué medida las noticias influyen en la importancia que las personas asignan a los temas, personajes u otros objetos. (Aruguete, 2016, p. 37)

Un concepto más elaborado de agenda-setting sugiere que este modelo explica “los efectos de los medios de comunicación sobre el individuo y sobre los públicos. La hipótesis central afirma que existe un fenómeno de transferencia de relevancia desde la agenda mediática hasta la

agenda del público” (Ardévol, Gil y McCombs, 2020, p. 2). De este modo, los medios influyen en las audiencias a través de los temas más relevantes y deciden cuáles van a constituir puntos de debate entre la opinión pública.

En un principio, el eje central de los estudios sobre agenda descansaba en la transmisión de relevancia de objetos (asuntos de preocupación pública), luego se fundamentaba en la transmisión de relevancia de atributos (características o propiedades de los objetos), conocido como segundo nivel de agenda; pero en la actualidad se habla de un tercer nivel de agenda, dada la tendencia de los medios a “presentar los temas y atributos de manera conectada, relacionada, de manera que podría hablarse de una 'red mediática' de objetos y atributos que se entrelazan” (Ardévol, Gil y McCombs, 2020, p. 2). Tales asociaciones de temas y atributos se transfieren desde los medios al público.

El primer nivel de agenda considera que los medios seleccionan el índice de temas resaltados que serán traspasados de la agenda mediática a la agenda pública. Para referirse a los temas que suelen aparecer de manera continua o permanente en los medios, y se agrupan dentro de grandes temas o categorías (medio ambiente, cambio climático, política, economía, entre otros), los términos más empleados son *issues*, *ítems* y/o *objects*.

Sin embargo, no todos los temas que compiten para obtener espacio en la agenda pública adquieren la misma relevancia (*salience*), puesto que “la agenda de los medios está compuesta por el conjunto de asuntos a los que unos medios de comunicación determinados prestan atención de manera preferente en un momento dado” (Ardévol *et al.*, 2020, p. 4), confiriéndole a un tema determinado grado de importancia para lograr que el público lo perciba como importante. Pero la complejidad que entraña esta teoría incluye además a las imágenes y las perspectivas. Es decir, la transferencia de relevancia no sólo se relaciona con la importancia de los temas, por la hibridez que caracteriza a la agenda mediática, ya que “incluye contribuciones originales del público (temas y asuntos de los que más se hablan, al margen del estímulo de los medios informativos)” (Ardévol *et al.*, 2020, p. 4).

Es así como los medios no sólo orientan sobre qué temas pensar, sino también sobre lo que se tiene que pensar con relación a ellos. A esto se refiere la relevancia de los atributos de los objetos que se analizan en el segundo nivel de estudio de la agenda. Precisamente, las explicaciones contemporáneas sobre la agenda de atributos vinculan esta teoría con el concepto contemporáneo de *framing* (enquadre). Los teóricos plantean que la realidad se encuadra dentro de una situación determinada y propone al público un modo de interpretar los hechos y las situaciones.

En busca de facilitar la comprensión de este segundo nivel de establecimiento de la agenda, Aruguete (2016) explica que el *framing* “se localizaría no en los asuntos que son seleccionados por los medios para darles cobertura sino en los modos particulares en que tales cuestiones son presentadas y en cómo los problemas públicos son formulados para la audiencia” (p. 38).

Esto evidencia que en la agenda de atributos “las noticias se limitan a señalar unos pocos aspectos del problema que permitan elaborar una versión de la realidad presentada” (Ardévol, Gil y McCombs, 2020, p. 2).

Desde una postura crítica, los teóricos apuntan que la agenda mediática tiende a prestar más atención a las élites de poder. Esto guarda relación con las dimensiones sustantivas y afectivas de la agenda, que se establece en este segundo nivel. La dimensión sustantiva aporta mayor atención a las cuestiones sobresalientes de las personas, temas u objetos, en tanto la afectiva “se refiere al tono valorativo con el que es realizada la cobertura de los medios sobre un tema” (Aruguete, 2016, p. 38).

En el caso concreto de la explotación minera, el hecho de que su impacto ambiental la señale como la actividad económica más contaminante, provoca que la cobertura sobre información minera sea tema de actualidad, insertándose como parte de la agenda que establecen los medios de comunicación.

Sobre la base de los fundamentos teóricos expuestos a propósito de la agenda, puede inferirse que la explotación minera entra en el *issue* relativo al medio ambiente en un primer nivel y, en un segundo nivel desde el punto de vista del *framing*, encuentra diversos modos de significar el problema.

El discurso opositor a la minería sostiene que la actividad no genera desarrollo, sino que compete y acapara recursos escasos: perjudica la dotación de agua; deteriora y contamina los recursos existentes; incrementa el costo de vida y la inseguridad; y genera inequidad y desigualdad en la distribución de la riqueza. (De Echave y Diez, 2013, p. 108)

En tanto, otros medios destacan el logro de la sostenibilidad en la explotación de recursos minerales, el valor de la comunicación entre las empresas extractivas y las comunidades donde se insertan, los parámetros de seguridad y salud de trabajadores y las comunidades vecinas, la conservación de los espacios mineros y geológicos y la inserción de innovaciones tecnológicas a través del establecimiento de nuevos procesos, productos o metodologías (Afonso, 2019).

Esta polaridad existente entre quienes condenan o aplauden la explotación minera confirma que los medios participan “en la creación y sostenimiento de la reputación de una persona, organización o tema e influyen en el grado de notoriedad entre sus públicos” (Suescún, 2015, p. 66). Sin embargo, corresponde a los periodistas visibilizar las buenas prácticas en materia de protección y conservación del medio ambiente, sensibilizar a los poderes gubernamentales, autoridades de alto rango y la sociedad en torno a los peligros de la actividad extractiva, y promover la participación de la ciudadanía para así contribuir a la transformación de la sociedad.

## **CONCLUSIONES**

La comunicación, en su concepción global como elemento constitutivo de las sociedades, forma parte de todo hecho que involucre la relación de los seres humanos con el medio ambiente. Esto se fundamenta en su capacidad transformadora para impulsar la creación de nuevos valores y actitudes ciudadanas hacia la naturaleza. En este sentido, el carácter cívico del periodismo constituye una fortaleza para la comunicación ambiental, pues contribuye a la educación en este ámbito y a potenciar transformaciones socioculturales en los espacios que así lo requieran.

En las últimas décadas, la socialización del conocimiento sobre las causas y consecuencias de situaciones ambientales que ponen en riesgo la estabilidad del planeta y sus habitantes ha propiciado que el periodismo ambiental cobre fuerza como esfera de especialización periodística, espacio idóneo para promover reflexiones críticas en torno a un banco de temas que trascienden lo puramente ecológico y que imbrican cuestiones políticas y económicas. En el tratamiento de estos temas influyen lógicas complejas relativas a las instituciones mediáticas como la concepción de las agendas temáticas y la especialización de los periodistas. De ahí que el *issue* de la explotación minera, exija un tratamiento informativo encaminado a encuadrar los acontecimientos desde enfoques responsables y sostenibles, a tono con los criterios establecidos para la actividad extractiva a escala internacional.

## REFERENCIAS

- Acosta Quiroz, L.M. (2017). Creación y estructuración de una red de periodismo ambiental. Convenio: Corantioquia y Corporación Universitaria Lasallista. *Revista Producción+Limpia*, 12(2), 61-70. DOI: 10.22507/pml.v12n2a5
- Afonso Bambi, A. (2019). Minería y desarrollo sostenible: un acercamiento a la explotación de materiales para la construcción en Uige, Angola. *Minería y Geología*, 35(4). 480-497.
- Altomonte, H. (2013). *Recursos naturales en UNASUR*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Aparicio Cid, R. (2016). Comunicación ambiental: aproximaciones conceptuales para un campo emergente. *Revista Comunicación y Sociedad*, 25, 209-235.
- Ardévol Abreu, A.; Gil de Zúñiga, H. & McCombs, M. (2020). Orígenes y desarrollo de la teoría de la agenda setting en Comunicación. Tendencias en España (2014-2019). *Profesional de la Información*, 29(4), e290414. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.14>
- Aruguete, N. (2016). *El poder de la agenda: política, medios y público*. Buenos Aires: Biblios (Cuadernos de Comunicación).
- Barranquero, A. y Marín, B. (2014). La investigación en comunicación y periodismo ambiental en España. Estado de la cuestión y revisión bibliométrica de las principales revistas académicas en comunicación (2005-2013). *Prisma Social - Revista de Ciencias Sociales*,

(12), 474-505.

- Barrera Luna, R. (2013). El concepto de la Cultura: definiciones, debates y usos sociales. *Revista de Claseshistoria. Publicación Digital de Historia y Ciencias Sociales*. URL: <http://www.claseshistoria.com/revista/index.html>
- Becerra, G y Arreyes, V. (2013). Los medios de comunicación de masas y las noticias como objeto de estudio de la sociología en la perspectiva del constructivismo operativo de Niklas Luhmann. *Revista Mad*, (28), 47-60.
- Billi, M. (2016). *Comunicación ambiental y proyectos energéticos renovables no convencionales. Análisis de contenido en medios de comunicación de masas chilenos* (Tesis de Maestría), Universidad de Chile, Chile.
- Cardona, O. (2015). Los orígenes del estudio del periodismo especializado en Iberoamérica. *Revista Escribanía*, 13(2), 37-45.
- De Echave, J. y Diez, A. (2013). *Más allá de Conga*. Lima: Red Peruana por una Globalización con Equidad.
- Ives, G. (2018). Cambio para mejor. En P. Hoodwood (Coord.). *Monitoreo de las tendencias 2018. Los 10 principales temas que forjarán la minería en el año venidero* (pp. 03). Reino Unido: Deloitte.
- Ferguson, J. (2018). La imagen de la minería. Cambiar las percepciones del público en general, los empleados y los clientes. En P. Hoodwood (Coord.). *Monitoreo de las tendencias 2018. Los 10 principales temas que forjarán la minería en el año venidero* (pp. 22-24). Reino Unido: Deloitte.
- Gavirati, P. (2016). *Periodismo ambiental (Cuaderno II)*. Buenos Aires: Secretaría de Proyección Institucional -Facultad de Ciencias Sociales.
- Girardi, I.M.T.; Schwaab, R.T.; Massierer, C. & Loose, E.B. (2012). Caminhos e descaminhos do jornalismo ambiental. *Comunicação e Sociedade*, 34(1), 131-152.
- Gómez Castro, L.; Samón Veloso, L.C. & Brull González, M. (2018). Propuesta de comunicación ambiental comunitaria para la conservación de la Reserva Ecológica Baitiquirí, Guantánamo, Cuba. *Ciencia en su PC*, 1(3), 17-32.
- González, M.A. & Arcia, G. (2018). Periodismo especializado en Prensa Latina: una mirada diferente. *ALCANCE. Revista Cubana de Información y Comunicación*, 7(17), 135-166.
- Hirschfeld, D. (2012). La ciencia y el periodismo especializado. *Revista Dixit*, (17), 14-21. URL: <https://doi.org/10.22235/d.v0i17.352>

- La Rotta La Torre, A. M. y Torres Tovar, M. H. (2017). Explotación minera y sus impactos ambientales y en salud. El caso de Potosí en Bogotá. *Saúde em debate*, 41(112), 77-91. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/0103-1104201711207>
- León, O. (2013). Comunicación, democracia y movimientos sociales. En O. León (Coord.). *Democratizar la palabra. Movimientos convergentes en comunicación*. Quito: Agencia Latinoamericana de Información.
- Márquez Delgado, D.L., Hernández Santoyo, A. Márquez Delgado, L.H, & Casas Vilardell, M. (2021). La educación ambiental: evolución conceptual y metodológica hacia los objetivos del desarrollo sostenible. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(2), 301-310.
- Mateu, A. y Domínguez, M. (2011). Inicios del columnismo ambiental en la prensa española. La campaña de Las Provincias sobre la urbanización de El Saler (Valencia, España). *Revista de estudios de comunicación ZER*, 16(30), 171-187.
- Organización de las Naciones Unidas. (1992). Informe de la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. Anexo 1: Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. Nueva York: ONU. URL: <https://un.org/documents/ga/conf151/spanish/aconf15126-1annex1s.htm>
- Palavecinos, M., Piñeiro, C., Díaz, M.J. y Ulloa, J. (2015). Criterios para mejorar la gestión y comunicación ambiental en la administración pública. Una investigación mixta en la ciudad de Madrid (España). *Universitas Psychologica*, 14(4), 1459-1471. Doi:10.11144/Javeriana.up14-4.cmgc
- Parrat, S. (2014). El periodismo ambiental como especialidad en las universidades españolas. *Prisma Social - Revista de Ciencias Sociales*, (12), 335-363.
- Quiñónez, H. (2012). Periodismo Ambiental: un análisis a los medios digitales venezolanos Noticias 24 y Reporte 360. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social Disertaciones*, 5 (1), 184-208. URL: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/>
- Rodríguez-Luna, A.R. y López-Hernández, E.S. (2014). Una década de educación y comunicación ambiental para la sustentabilidad de una comunidad indígena. *Revista Horizonte Sanitario*, 13 (3), 243-250.
- Suárez-Romero, M. y Ortega-Pérez, A.M. (2015). Prácticas comunicacionales alternativas en la concienciación medioambiental: la función crítica del humor gráfico. *Razón y Palabra*, 91, 261-279.
- Suescún, V. (2015). El estudio de los medios de comunicación para evaluar la reputación de los sujetos y las organizaciones. *Colección Académica de Ciencias Sociales*, 2(1), 66-78.

Villacres Altamirano, C. A. (2018). *Periodismo ambiental en los medios de comunicación televisivos y su influencia en los televidentes de la ciudad de Babahoyo* (Tesis de Licenciatura), Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador.