

Depósito legal: ppi 201502ZU4635

Esta publicación científica en formato digital es continuidad de la revista impresa

Depósito Legal: pp 200402ZU1627 ISSN:1690-7582

QUÓRUM

ACADÉMICO

Revista especializada en temas de la Comunicación y la Información



Universidad del Zulia
Facultad de Humanidades y Educación
Centro de Investigación de la
Comunicación y la Información
(CICI)
Maracaibo - Venezuela



Tratamiento mediático de noticias sobre ecología y ambiente y su incidencia en la conciencia ambiental ciudadana

Mariela Rojas Villarroel¹

Pedro Aguillón Vale²

Resumen

El estudio busca determinar si las noticias sobre ecología y ambiente crean conciencia ambiental ciudadana. Se realizó un análisis formal y de contenido a informaciones sobre fenómenos naturales y turismo ambiental publicadas en los diarios venezolanos El Universal y Panorama, para establecer un marco comparativo y la intención de comunicación del emisor. Para ello se siguen los postulados de Méndez (2007), Molero de Cabeza y Cabeza (2006) y Van Dijk (1990, 1993, 2003). Los resultados obtenidos precisan: a) las noticias sobre fenómenos naturales y turismo ambiental se ubican en cuadrantes de mayor visualización; b) el uso de metáforas e hipérbolos para reforzar aspectos negativos de los fenómenos naturales, y para resaltar bondades de espacios turísticos; c) el predominio de actos de habla de alarma sobre sismos y huracanes, y de promoción para el turismo ambiental. Se concluye que el tratamiento mediático refleja la necesidad de periodistas especializados que divulguen noticias destinadas a generar conciencia ambiental.

Palabras clave: Tratamiento mediático; análisis formal y de contenido; ecología y ambiente; conciencia ambiental ciudadana

Recibido: Julio 2017 - Aceptado: Agosto 2017

1 Profesora en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia. mariela67@gmail.com

2 Profesor en el Núcleo Costa Oriental del Lago de la Universidad del Zulia. paguillon811@gmail.com

Media way of news about ecology and environment and the incidence of environment conscience

Abstract

The study attempts to determine if the ecology and environment news makes citizen environment conscience, there was made a formal analysis and content about natural phenomena and environmental truism published in Venezuelan diaries El Universal and Panorama, to establish a comparative framework and the communicative intention of the sender. The postulates of Méndez (2007), Molero de Cabeza y Cabeza (2006) and Van Dijk (1990, 1993, 2003) are followed. The results show: a) the news about natural phenomena and environmental truism are placed in the more viewed squares; b) the using of metaphor and hyperboles to reinforce the negative aspects of natural phenomena and remark the goods o touristic places; c) the preponderance of earthquakes and hurricanes warning speeches and the environmental touristic promotion. The media way reflects the needs of specialized journalist that spread the news that makes environmental conscience as conclusion.

Keywords: Media way; formal analysis and content; ecology and environment; citizen environmental conscience.

Sin duda que las noticias referidas a catástrofes o desastres ocasionados por algún fenómeno natural ocupan un amplio centimetroaje en los medios de comunicación social porque “venden” y captan audiencias con gran rapidez.

Para Montero (2013: 148), “las noticias de medio ambiente siguen siendo, con demasiada frecuencia, noticias de sucesos, sucesos en cuyo relato no cabe un análisis, más o menos sosegado y riguroso, de causas y consecuencias (procesos). Tan sólo es ‘rentable’ el hecho inesperado y, casi siempre, dramático”.

A la par de estas publicaciones destacan las noticias sobre lugares naturales con fines turísticos, que vienen apoderándose de importantes espacios en los medios de comunicación social. Surge entonces una especie de contradicción que se visualiza más en la prensa escrita, donde los desastres naturales son publicados con un amarillismo intenso, mientras que los espacios naturales son aprovechados para vender y promocionar las bondades de la naturaleza.

Entonces nos preguntamos ¿Profundizan los medios en por qué ocurren estos fenómenos naturales? ¿Crean conciencia sobre el cuidado de los

espacios naturales con fines turísticos? ¿Se contradicen los medios al mostrar una naturaleza agresiva y destructora y al mismo tiempo ambientes para la distracción y el esparcimiento?

El estudio que se expone pretende dar respuesta a estas interrogantes mediante la aplicación de un análisis formal y de contenido a las informaciones sobre fenómenos naturales y turismo ambiental, publicadas en los medios impresos venezolanos El Universal y Panorama. El interés radica no solo en establecer un marco comparativo, que permita indagar el tratamiento formal que ambos periódicos otorgan a estos temas sobre ecología y ambiente, sino también la intención de comunicación que establece el emisor en ambos casos.

El objetivo general que plantea el estudio es determinar si el tratamiento formal y de contenido de las informaciones sobre fenómenos naturales y turismo ambiental, publicadas en la prensa venezolana, permite crear conciencia sobre el cuidado del medio ambiente. Como objetivos específicos se tienen: a) describir el tratamiento formal de las informaciones sobre fenómenos naturales y sobre turismo ambiental publicadas en los diarios El Universal y Panorama; b) precisar el contenido de las informaciones sobre fenómenos naturales y sobre turismo ambiental, a través del análisis del componente semántico; y c) desglosar el contenido de las informaciones sobre fenómenos naturales y sobre turismo ambiental, a través del análisis del componente pragmático.

El lector: ¿Un cliente insatisfecho?

Según Villalobos (2007) en los medios de comunicación social prevalece el enfoque filosófico que se nutre del pensamiento liberal, y reduce al ciudadano a la condición de cliente. Las audiencias de los medios son tratadas como potenciales clientelas de los anunciantes. Al mismo tiempo los medios son escenarios de poder, en lo político y en lo sociocultural, en la medida de que pueden influir en las pautas de la actuación pública o ciudadana.

Se supone que al ser considerado un cliente, los medios deberían satisfacer sus necesidades básicas de información, especialmente aquellas relacionadas con temas como la salud, la educación, el deporte y muy especialmente sobre el cuidado de nuestro medio ambiente. Sin embargo, Montero (2013) advierte que el tratamiento de la información ambiental, en los medios generalistas, suele recordar a un péndulo que oscila entre el extremo de la banalidad (intrascendente) y el de la complejidad (indescifrable).

Está claro, entonces, que la noticia ambiental necesita llenarse de significación y por ello requiere del periodista un dominio tal que le permita avanzar de la difusión a la divulgación, que Pascuali (1990) define como aquella que vulgariza y hace accesible al público la información transmitida. Aquí debería entrar en escena el periodista, quien Martínez (1989) define como “el señor de los lenguajes”, porque sostiene que gracias al lenguaje, “el mensajero inyecta una determinada significación a las cadenas de signos que construye silenciosamente, como un gusano de seda, al servicio del público receptor” (Martínez, 1989: 149).

El estado del arte

El siglo XXI entró en escena cargado de avances tecnológicos, adelantos industriales que van dejando a su paso graves marcas en nuestro medio ambiente, situación que genera preocupación especialmente porque estos cambios parecen pasar inadvertidos por el ciudadano común, debido a que la información que recibe es poca y en ocasiones nula. Este tema ha sido objeto de investigaciones en las que reconocen los intentos de los medios por difundir lo referido a la ecología y el ambiente, pero al mismo tiempo advierten que estos esfuerzos resultan insuficientes, pues en su mayoría se afincan en lo catastrófico y no buscan incrementar la conciencia sobre la actual realidad ambiental y el cambio climático que avanza sin posibilidades de que se revierta.

En una investigación realizada por Quiñonez (2012) sobre un análisis a medios digitales venezolanos, se planteó la interrogante: ¿Cómo es el tratamiento periodístico que recibe la información ambiental en los medios digitales venezolanos Reporte 360 y Noticias 24? En sus conclusiones destacó que en los medios analizados se reflejó la escasa consulta de la fuente especializada para suministrar información sobre estos temas. La información no ofreció elementos del periodismo ambiental, como explicación de la situación, consecuencias, medidas de prevención, mitigación y solución.

Un “Análisis cualitativo y cuantitativo de la información sobre medio ambiente en la prensa española”, realizado por Rodríguez Cruz (2012), reveló que el ambiente es un tema marginal en los diarios El País, El Mundo y ABC; además, cuando se publicaron informaciones sobre el tema las mismas fueron politizadas y carecieron de profundidad. Las noticias fueron redactadas con claridad, aunque no siempre presentaron datos comprobables, y analizaron

más las consecuencias que las causas. El seguimiento periodístico del hecho ambiental fue esporádico, basado más en el suceso que en el proceso.

Análisis formal de las informaciones de prensa

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo, sin embargo, es necesario cuantificar y precisar el espacio que dedican los medios de comunicación impresos a las noticias sobre fenómenos naturales y turismo ambiental, pues puede ser amplio el espacio pero con un contenido muy débil y viceversa.

En la medición hemerográfica se toman en cuenta los aspectos formales de los medios impresos Panorama y El Universal. Se utiliza el término mancha, para hacer referencia al espacio ocupado tanto por las noticias como por los avisos publicitarios. “La mancha se calcula multiplicando el ancho que ocupa la pieza en centímetros por su altura en centímetros” (Méndez, 2007: 104).

La medición se realizó durante una semana tipo seleccionada al azar, construida en octubre de 2016, para ello se consideró la mancha total del periódico, la mancha dedicada al espacio publicitario, y aquella referida a la publicación de noticias y a las informaciones sobre fenómenos naturales y turismo ambiental. En esta última categoría del análisis se destaca que el término información involucra los diferentes géneros periodísticos utilizados en la prensa escrita, tales como artículos de opinión, crónicas, noticias, entrevistas y reportajes, que hacen referencia a los temas antes expuestos.

Por tratarse de una medición formal, se toman en cuenta los elementos morfológicos que según la investigadora Méndez (2007) comprenden fotografías, ilustraciones, textos o cuerpo de la noticia y el peso informativo de toda información relacionada con el medio ambiente. Se considera importante también indicar el cuadrante de la página donde se ubica la información. Al respecto Rivadeneira (2004) hace referencia a las zonas A, B, C y D de la página del periódico para explicar cuál de estas fue la más importante de la página:

A
C

B
D

Para este autor, en nuestra cultura occidental, donde la lectura se hace de izquierda a derecha, el cuadrante A sería donde se ubica la información más importante y según esta tendencia la importancia descendería al B, luego al C y finalmente al cuadrante D. Sin embargo, Rivadeneira (2004) aclara que en el caso de los periódicos impresos debe considerarse el tipo de señal, y no el hábito o tendencia de lectura de izquierda a derecha.

El discurso de la prensa. Los componentes semántico y pragmático

En esta investigación se pretende analizar el contenido de las informaciones sobre ecología y ambiente; ahora bien es necesario dejar en claro que ese contenido se manejará como discurso, tal como lo plantea Van Dijk (2003) al exponer que al igual que las conversaciones, los textos también tienen "usuarios". "Las similitudes entre los usos del lenguaje, la comunicación y la interacción oral y escrita son suficientes para justificar la inclusión de estas dos modalidades del discurso en una sola noción general de 'discurso'" (Van Dijk, 2003: 24).

Tomando en cuenta el concepto de Molero de Cabeza (citada por Domínguez, 2007), en el cual define al discurso como "un hecho comunicativo y como el resultado de un conjunto de operaciones cognitivas, lingüísticas e intencionales realizadas por el hablante" (Domínguez, 2007: 43); es necesario entonces, recurrir a los componentes semántico y pragmático para develar este conjunto de operaciones en las informaciones sobre ecología y ambiente.

El componente semántico "está referido a la información contenida en el discurso, es decir, a los sentidos que transmite a los lectores o receptores, lo que se dice (y no se dice o calla) y la forma como se dice" (Molero de Cabeza y Cabeza, 2006: 17). Esto es lo que se busca develar en el presente análisis, a lo cual añadimos, en la forma como se dice, la coherencia definida por Van Dijk (2003) como la conexión del sentido de las oraciones (las proposiciones). Esta coherencia es la que permitirá conocer el tema o tópico que se trata en cada texto producido, para llegar a una idea más global o general.

"Los temas garantizan que un texto o charla tenga una unidad semántica. Si un hablante expresa proposiciones que no pueden subsumirse bajo un tema determinado o nuevo en una conversación, podemos decir que el hablante es

incoherente o que no se atiene al tema del cual estábamos hablando” (Van Dijk, 1990: 57).

Para llegar al contenido global de un discurso, se recurrirá a las macroestructuras semánticas, definidas por Van Dijk (1993) como la reconstrucción teórica de nociones como tema o asunto del discurso, sin embargo, se requieren las microestructuras que denotan la noción local del discurso, pues establece las conexiones y coherencia entre las oraciones. Del mismo modo, Molero de Cabeza y Cabeza (2006) plantean que el Esquema Básico Incluyente (EBI) subsume los temas o tópicos del discurso, el cual se representa con la fórmula del modelo semántico sintáctico denominado módulo actancial. Franco (1999) caracteriza este módulo por la forma abstracta del verbo (en infinitivo), y por los rasgos de los casos que posean los actantes.

Bajo este esquema se trabajará con las macroestructuras de las informaciones publicadas, pues el periodista redacta los titulares que constituyen de alguna manera la síntesis de la noticia publicada, y en los cuales interesa detectar, a través del módulo actancial, la manera cómo se construye y si logra comunicar lo que quiere decir.

El componente semántico también comprende el estudio de los recursos retóricos, pues se parte del hecho de que el periodista debería recurrir a operaciones como la metonimia, la metáfora y la paráfrasis para lograr la reformulación lingüísticas que permitan una traducción del lenguaje y por ende una mayor comprensión del mensaje transmitido por parte del receptor.

La metonimia “puede definirse cognitivamente como un tipo de referencia indirecta por la que aludimos a una entidad implícita a través de otra explícita” (Cuenca/Hilferty, 1999: 110). Según Penas Ibañez (2010) la metonimia descansa en un ver del referente, selectivo, focalizante y cita como ejemplo la designación de “plata” por *dinero*, para explicar que estas reducciones están ya incorporadas a la lengua. Basado en Johnson y Lakoff, Cuenca/ Hilferty (1999) refiere que la base de la metáfora radica en nuestro sistema conceptual: constituye un mecanismo para comprender y expresar situaciones complejas sirviéndose de conceptos más básicos y conocidos. De allí el interés de esta investigación en detectar la presencia tanto de metonimias como de metáforas en las informaciones sobre fenómenos naturales y turismo ambiental, porque estos recursos retóricos deben contribuir a la comprensión del mensaje que se transmite.

Estos recursos conducen a las reformulaciones lingüísticas, definidas por Molero de Cabeza y Cabezas (2006) como una traducción intralingual, es

decir, un conjunto de operaciones mediante las cuales se trata de expresar en otras palabras, algo que ya está dicho en el campo de la ciencia. A través de estas reformulaciones lingüísticas, utilizando el recurso de la paráfrasis, el periodista puede lograr traducir el lenguaje científico para divulgarlo al receptor. “La paráfrasis en tanto que reformulación parafrástica se inscribe dentro de un mecanismo más amplio, de carácter discursivo, que se conoce como reformulación lingüística y se define como el procedimiento de organización textual por el que el hablante vuelve sobre un enunciado previo para expresarlo de otra manera, equivalente o distinta, facilitando así la interpretación del mensaje a su interlocutor” (Penas Ibañez, 2011: 32).

En cuanto al componente pragmático, Van Dijk (1993) establece que la pragmática estudia las emisiones verbales como actos de habla, definidos como la clase específica de acción que se realiza al producir una emisión; y establece la siguiente diferencia: la sintaxis organiza la forma, la semántica el significado y la referencia de esas oraciones y textos, mientras que una de las tareas principales de la pragmática es la de señalar las condiciones bajo las cuales cada tipo de acto de habla es adecuado o más bien satisfactorio. Por su parte, Núñez y Del Teso (1996) definen a la pragmática como aquella que estudia los mensajes lingüísticos como actos que se realizan con el lenguaje.

Sobre este aspecto, Molero de Cabeza y Cabezas (2006) sostiene que al enfoque pragmático le interesa una visión del discurso desde fuera, en el contexto, en la situación, es decir en un evento de comunicación, donde se entablan unas relaciones entre los interlocutores que son las que determinan en gran parte, el contenido y las formas de los mensajes.

Siguiendo a Van Dijk (1993), el contexto es una abstracción de aquello que se llama «situación comunicativa» y ese sentido sostiene que los elementos a incluir en esta situación serían únicamente aquellos que determinan sistemáticamente la aceptación (o no), el logro (o fracaso) o la idoneidad (o no) de los enunciados.

Por tratarse de noticias referidas a ambiente y ecología, tomamos en cuenta el planteamiento de Trellez (1995), en el cual establece que las noticias ambientales deben orientar a la acción, clarificar los hechos ambientales y presentar alternativas, que lleven al análisis sobre el tratamiento social de la naturaleza con indicaciones constructivas, ligadas con el desarrollo sostenible y con la calidad de vida de todos. En ese sentido, destaca que esas noticias hay que construirlas, elaborarlas y traducirlas, que apoyen la comprensión y que no induzcan a la superficialidad.

Basados en estas características de las noticias ambientales, en los textos deberían prevalecer actos de habla con funciones de explicación, orientación, aclaratorias, entre otros, donde la prioridad sea divulgar más que informar, sin embargo Van Dijk (1993) establece que el discurso periodístico está basado casi exclusivamente en aseveraciones y no en promesas o amenazas.

Para detectar los actos de habla, se recurrirá a los macroactos de habla que según Van Dijk (1993), resultan de la realización de una secuencia de actos de habla linealmente conectados, lo que conlleva a la coherencia de los actos de habla. En el caso particular, para analizar los actos de habla presentes en las informaciones sobre medio ambiente y ecología, se recurrirá al método utilizado por Domínguez (2007) en el cual se obtienen los módulos actanciales contenidos en cada párrafo de las noticias y de allí se identifican los microactos de habla y luego el macroacto del texto completo. Estos se tomarán de las micros y macroestructuras semánticas realizadas en el componente semántico.

Estrategias metodológicas para develar el significado y el contexto

El hecho noticioso se transmite en un periódico impreso a través de una serie de señales visuales fijas, tales como la palabra impresa, las fotografías, ilustraciones e infografías, enmarcadas en un diseño que le proporciona su jerarquización en la página. Esta palabra impresa es la que se quiere interpretar, por tanto se utilizará una metodología cualitativa que, a través del análisis de contenido, permita develar el significado y el contexto en el cual se difunden las informaciones sobre ambiente y ecología, y si éstas ofrecen las herramientas lingüísticas para que los lectores lo comprendan y puedan de alguna manera desarrollar comportamientos en defensa de la naturaleza.

En cuanto a los aspectos formales vinculados directamente a las informaciones publicadas, es necesaria su caracterización (ubicación en la página, el género periodístico utilizado, cantidad de fotografías, lugar del hecho, créditos) así como la cuantificación y la medición de las mismas en centímetros cuadrados para determinar el espacio que dedican los medios a éstas. Esta medición se justifica porque se parte de que tanto el contenido como el espacio dedicado son importantes cuando se transmite la noticia.

Para determinar el corpus del análisis se procedió a seleccionar los diarios El Universal (fundado en 1909), por ser de circulación nacional, y Panorama (fundado en 1914) de circulación regional, con el fin de establecer

comparaciones en torno al tratamiento formal y de contenido que le dan a las informaciones. Ambos periódicos poseen un formato estándar y tanto su portada y contraportada así como algunas páginas internas son impresas en color. La cantidad de páginas del diario El Universal se mantiene en 16, con excepción del día sábado que publicó 20; mientras que en el diario Panorama varía según el día de la semana, siendo 28 la mayor cantidad de páginas publicadas durante la semana tipo.

El corpus se seleccionó de manera aleatoria tomando en consideración la estrategia de la semana tipo, comprendida desde el 01 al 31 de octubre de 2016. Las fechas escogidas para tomar las muestras fueron las siguientes: sábado 1, viernes 7, jueves 13, domingo 16, miércoles 19, martes 25 y lunes 31 de octubre.

En estos periódicos se procedió a seleccionar todas las informaciones redactadas utilizando los diferentes géneros periodísticos (entrevista, reportaje, noticia, artículos de opinión, crónica) tratan como temas principales o secundarios con fenómenos naturales y espacios naturales destinados al turismo.

Resultados del análisis formal

En los periódicos saltan a la vista una serie de señales que permiten detectar desde la jerarquización de la noticia, hasta el interés que tiene el medio en la información que difunde. Así, la ubicación en la página, la colocación y el tipo de fotografías, son elementos importantes dentro del análisis formal.

A continuación se presenta un balance del análisis comparativo de los aspectos formales de las informaciones publicadas en los diarios Panorama y El Universal.

Todas las informaciones de la muestra seleccionada en Panorama y en El Universal se publican con fotografías en blanco y negro en sus páginas internas y a color en los llamados en primera página. Las referidas a fenómenos naturales muestran destrucción, caos, mientras que las relacionadas con el turismo ambiental presentan fotos a color de paisajes “naturalmente perfectos”, a los cuales se hace referencia, aquí el interés en ubicar al lector radica en la promoción del espacio turístico en cuestión.

Del total de ocho informaciones publicadas en Panorama sobre fenómenos naturales, seis están en los cuadrantes superiores de la página y dos en los

cuadrantes inferiores, mientras que la única información publicada sobre turismo ambiental se ubica en el cuadrante superior.

En El Universal, de las tres informaciones publicadas sobre fenómenos naturales, dos de ellas están ubicadas en el cuadrante superior izquierdo y una en cuadrante inferior derecho, mientras que las dos noticias sobre turismo ambiental, una está en el cuadrante superior izquierdo y la otra en el cuadrante inferior derecho.

Se pudiera concluir que solo las noticias ubicadas en cuadrantes superiores son las que el medio privilegia, sin embargo Rivadeneira (2004) plantea que se deben tomar en cuenta el tipo de señal para captar la atención, así como el espacio dedicado y en el caso que nos ocupa, las noticias salen publicadas con fotografías de buen tamaño, lo que llama la atención aunque no estén en los cuadrantes A o B.

En la semana tipo el diario Panorama dedica 64 por ciento a noticias, 33 por ciento a publicidad y tres por ciento a noticias sobre ambiente; El Universal dedica 63 a informaciones, 33 a publicidad y cuatro por ciento a noticias sobre ambiente. En ambos periódicos el porcentaje sobre noticias ambientales se alimenta principalmente de noticias sobre fenómenos naturales, por encima de las dedicadas a turismo ambiental.

Predominan entonces las noticias sobre la incidencia de fenómenos naturales en la población, lo que hace suponer que de no producirse este tipo de acontecimientos, el porcentaje de noticias publicadas sería muy inferior al que se presenta en la semana analizada.

Análisis de contenido

El componente semántico

Siguiendo a Molero de Cabeza y Cabezas (2006) los temas o tópicos y el Esquema Básico Incluyente (EBI) constituyen un esfuerzo de abstracción del analista, para reducir el discurso a esquemas más globales y generalizantes. En este caso se procedió a comparar los EBI con los títulos originales de cada noticia que González (1999) define como la oración breve que resume el texto informativo.

Se pudo determinar que en el caso de los fenómenos naturales, las macroestructuras resultantes no se relacionan con el título de la información,

esto en referencia directa al caso del huracán Matthew, pues tanto en *Panorama* como en *El Universal* los títulos buscan magnificar los efectos del huracán. En el caso del terremoto ocurrido en Italia, también se presenta algo similar, pues se tiende a reforzar los efectos negativos al utilizar el adjetivo *peor* en un titular.

En el caso de las noticias internacionales, es importante tener en cuenta que la agencia envía la noticia con su respectivo titular, sin embargo, el mismo puede ser modificado por el editor del área, quien tiene la potestad de colocar un nuevo titular. En este caso nos ceñimos a los titulares publicados en cada medio como se evidencia en la tabla 1, pues resulta difícil detectar si el mismo fue modificado o no en su tránsito hacia la publicación en prensa.

Tabla 1. Macroestructura semántica de fenómenos naturales

Título original	Tema o tópico	Macroestructura semántica
Matthew deja más de doscientos muertos a su paso por Haití. (Panorama)	* Efectos del huracán *Medidas tomadas ante llegada de huracán a Florida	Autoridades ordenar evacuación en Florida por llegada del huracán Matthew. Haití ser país más afectado por el huracán.
Matthew impacta con fuerza costas de Florida (El Universal)	*Efectos de Matthew *Medidas tomadas. *Declaratoria de emergencia en Florida	Gobierno ordenar evacuación y cierre de parques por paso del huracán en Florida
Un fuerte sismo desplomó edificios en el centro de Italia (Panorama)	*Efectos del sismo en las construcciones *Efectos del sismo en la población *Plan de reconstrucción *Sin víctimas por el sismo	Sismo causar destrozos y miedo en Italia
El terremoto en Italia es el peor vivido luego de 1980 (El Universal)	*Magnitud del sismo *Efectos y afectados por el sismo. *Medidas tomadas	Terremoto en Italia producir daños materiales

Fuente: Aguillón, Pedro; Rojas, Mariela (2017)

En las noticias para promocionar el turismo ocurre lo contrario, como se ve en la tabla 2, las macroestructuras coinciden con los titulares originales, pues el fin es destacar los atributos de la naturaleza para vender esos espacios naturales como paquetes turísticos. Entonces siempre y cuando el ser humano sea el beneficiario de estos espacios, es tomado como nota positiva, mientras que cuando se trata de un fenómeno natural se busca destacar los efectos negativos provenientes de la naturaleza.

Tabla 2. Macroestructura semántica sobre turismo

Título original	Tema o tópico	Macroestructura semántica
El encanto de Samaná (Panorama)	*Descripción de espacios naturales. *Ubicación de Samaná	Samaná tener atractivos naturales para turistas
Atracciones y eventos en Staten Island (El Universal)	*Descripción de espacios turísticos.	Staten Island ser atractivo por espacios naturales.
Ocio. Cada asueto del año es la oportunidad de disfrutar y descansar Bariloche (El Universal)	*Opciones para vacacionar *Disfrute del mar *Características de Bariloche	El mar ser una opción para los vacacionistas Bariloche tener lagos azules y montañas hermosas

Fuente: Aguillón, Pedro; Rojas, Mariela (2017)

En la muestra también se procedió a detectar los recursos retóricos presentes en los textos y determinar si se trata de designaciones mediatas y por tanto llegan a ser comprendidas por la audiencia.

Tabla 3. Tratamiento/ Función ideológica

Tema de la información	Frases utilizadas/Recurso utilizado	Tratamiento/ Función ideológica
HURACÁN MATTHEW, TERREMOTO EN ITALIA (trabajos periodísticos realizados por agencias internacionales y publicados en El Universal y Panorama)	* la llegada del potente huracán. (METÁFORA)	Tratamiento negativo Reforzar los fenómenos como amenaza para los humanos. Humanizan negativamente ambos fenómenos (destruyen y golpean)
	*es el huracán más potente que golpea la zona (HIPÉRBOLE)	
	*Haití fue el país más golpeado por el huracán (HIPÉRBOLE)	
	*Nicole se fortaleció mientras serpentea por el atlántico (METÁFORA)	
	*la llegada del extremadamente peligroso huracán (METÁFORA)	
	*Empezó a arrojar aguaceros (METÁFORA)	
	*Matthew pega duro (METÁFORA)	
	*Huracán cobró su primera víctima (METÁFORA)	
	*Tormenta potencialmente más peligrosa (METÁFORA)	
	*El huracán Matthew deja a su paso por el Caribe de muerte y destrucción. (METÁFORA)	
	*Poderoso sismo (METÁFORA)	
	*Potente terremoto (METÁFORA)	
	*Región golpeada por varios terremotos (METÁFORA)	
*Localidad que más caro pagó el terremoto (HIPÉRBOLE)		
*es quizás el día más oscuro (HIPÉRBOLE)		
*Esto es una tragedia. Es un tiro de gracia. (METÁFORA)		
*El más potente en 36 años. (HIPÉRBOLE)		

Tabla 3. Tratamiento/ Función ideológica (Cont.)

Tema de la información	Frases utilizadas/Recurso utilizado	Tratamiento/ Función ideológica
TURISMO (El Universal, realiza-dos por agencias internacionales, y Panorama realizado por un periodista del diario)	<ul style="list-style-type: none"> *Encanto tropical de Samaná (METÁFORA) *Playa de arena blanca y cristalinas aguas del mar Caribe (METÁFORA) *santuario de ballenas (METÁFORA) *Samaná es una joya del Caribe (METÁFORA) *el distrito más verde de Nueva York (HIPÉRBOLE) *senderos de coloridas arboledas. (METÁFORA) *lagos de aguas azules que en invierno se transforman en hielo. (METÁFORA) *Montañas hermosas que invitan al relax, la contemplación y la práctica de esquí. (METÁFORA) 	Tratamiento positivo Reforzar la publicidad del espacio natural para promocionar paquetes turísticos.

Fuente: Aguillón, Pedro; Rojas, Mariela (2017)

La tabla 3 muestra los temas tratados, las frases, los recursos utilizados y la función ideológica, esto último de importancia porque puede lograrse la comprensión por parte del lector pero interesa además el tratamiento positivo o negativo otorgado al tema. Allí se puede visualizar que las operaciones como la metáfora y la hipérbole son las más utilizadas tanto para reforzar aspectos negativos (fenómenos naturales) como positivos (notas sobre turismo) para convencer o persuadir a la audiencia. En el caso del turismo, vemos como la intención de comunicación tanto de la agencia internacional de noticias como del periodista del diario, es la misma.

Molero de Cabeza y Cabeza (2006) establecen que los recursos metafóricos, muchas veces, están al servicio de una mayor comprensión del discurso, porque permiten comunicar con más facilidad conceptualizaciones de la realidad que pueden ser problemáticas en su comunicación al receptor. Sin embargo, la autora hace la salvedad al indicar que muchas veces están al servicio de una mayor comprensión y es aquí donde entran las metáforas utilizadas en el caso de los fenómenos naturales por ejemplo, donde más que buscar una mayor comprensión, buscan reforzar aspectos negativos, sin llegar a la reformulación lingüística como tal y mucho menos a profundizar en las causas que originan determinados incidentes naturales.

El componente pragmático

El análisis de los textos desde el enfoque pragmático permite determinar la cantidad de microactos de habla así como las acciones que se ejecutan, para luego obtener el macroacto de habla de cada información. También se citan las fuentes informativas consultadas. A continuación se presentan las tablas 4 y 5 respectivamente, con los resultados obtenidos en ambos periódicos.

Tabla 4. Micro y macroactos de habla: El Universal

Tema	Fuente	Microactos de habla	Macroactos de habla
Huracán Matthew	Presidente de EEUU Gobernadores de Florida y Georgia Centro Nacional de Huracanes	15 alarmar 4 prevenir 2 pronosticar 2 ordenar 1 ayudar 3 advertir	Alarmar
Desesperación en Haití por paso del huracán	Ministro de Haití	3 aseverar 1 criticar 1 denunciar 1 pedir	Alarmar
Sismo en Italia	Primer Ministro de Italia Instituto de Geofísica de Italia Protección Civil	9 aseverar 1 aclarar 1 prometer 1 comparar 1 acusar 1 recomendar 1 alarmar 1 evaluar 9 recordar	Alarmar
Turismo en Nueva York	No cita fuentes	5 promocionar	Promocionar
Ocio cada asueto del año es la oportunidad de disfrutar y descansar}	No cita fuentes	9 promocionar	Promocionar

Fuente: Aguillón, Pedro; Rojas, Mariela (2017)

Tabla 5. Micro y macroactos de habla: Panorama

Tema	Fuente	Actos de habla	Macroactos de habla
Huracán Matthew	Centro Nacional de Huracanes	10 alarmar	Alarmar
	Gobernador de Florida	2 prevenir	
Alerta roja por huracán	Ministro del Interior de Haití	1 prometer	Alarmar
	Centro de huracanes de EEUU	3 temor	
	Alcalde de Mara	5 alarmar	
	Instituto de Hidrología de Colombia	5 prevenir	
Lluvias en Mérida	Secretario de Gobierno del Zulia	1 alarmar	Aseverar
	Prevención de Administración de Desastres	3 aseverar	
Lluvias en Baralt	Cuerpo de Bomberos de Baralt Protección Civil	4 alarmar	Alarmar
		1 explicar	
Lluvias en Táchira	Protección Civil	1 recomendar	Alarmar
		3 de alarma	
Sismo en Italia	Obispo italiano Jefe de Protección Civil Primer Ministro de Italia	1 de alerta	Alarmar
		7 alarmar	
		5 temor	
		2 prometer	
Sismo en Ojeda	Fundación Venezolana de Investigaciones Sismológicas	3 aseverar	Alarmar
		2 aseverar	
Volcán	Instituto de geofísica de Ecuador	3 alarmar	Alarmar
Turismo	Asistente de oficina de promoción turística	9 promocionar	Promocionar

Fuente: Aguillón, Pedro; Rojas, Mariela (2017)

En ellas se pueden apreciar el predominio de los actos de habla destinados a alarmar, estos sin duda son actos perlocucionarios, pues buscan causar miedo, temor y rechazo a eventos como terremotos y huracanes. La explicación del porqué de estos fenómenos permanece ausente en todas estas noticias. En el caso de turismo ambiental predominan los actos de habla para promocionar espacios naturales con fines turísticos y por ende económicos.

Por tratarse de un discurso periodístico, importan aquí las fuentes que emiten dichos actos de habla, al respecto Van Dijk (1993) dice que las rutinas de recolección de noticias dependen de las fuentes disponibles. “La selección de los actores importantes en las noticias depende de su

poder político o social, de su accesibilidad o de muchas otras condiciones sociopolíticas” (Van Dijk, 1993: 177).

En la muestra analizada destacan las fuentes oficiales y gubernamentales en todas las noticias, dado su poder político principalmente, sin embargo están ausentes los especialistas que expliquen las causas de estos fenómenos con miras a educar a la población sobre estos temas. En el caso del turismo, la única fuente consultada es un asistente de una oficina de promoción turística, donde predomina el interés por vender y no educar y crear conciencia sobre la importancia de conservar y proteger estos espacios naturales

Al respecto Trellez (1995) advierte sobre la dificultad de encontrar fuentes especialistas en materia ambiental que engloben aspectos ecológicos, sociales, culturales y de desarrollo, por lo cual considera que tanto las autoridades, entidades públicas de gestión ambiental como las ONG deben divulgar informes periódicos sobre situaciones ambientales del país respectivo.

A esto se añade lo expuesto por Montero (2013) cuando plantea que los periodistas son prisioneros de informaciones que vienen dictadas desde fuentes lejanas y que no se pueden contrastar con facilidad ni situar en su contexto adecuado. De allí la importancia de formar comunicadores en esta materia, capaces no solo de buscar las fuentes adecuadas, sino que maneje su propia agenda noticiosa para abordar, de manera interdisciplinaria, los complejos escenarios ambientales que se imponen en el siglo XXI.

Conclusiones

La aplicación en primer término del análisis formal y luego el de contenido, mediante los esquemas de análisis correspondientes a los componentes semántico y pragmático, permiten obtener una visión acerca del tratamiento ideológico a las informaciones de prensa publicadas sobre la temática referida a la ecología y el medio ambiente.

Los resultados del análisis formal precisan que en el caso de las informaciones sobre fenómenos naturales, las fotografías tienden a mostrar la destrucción y el caos; mientras que en aquellas dedicadas a promocionar el turismo ambiental destacan la perfección de estos espacios. Del mismo modo se comprobó, que el centimetrage dedicado a los fenómenos naturales que afectan a la población es superior al resto de los temas publicados; asimismo, tanto las noticias sobre fenómenos naturales (huracanes y sismos) como las

de turismo aparecen colocadas en su mayoría en los cuadrantes superiores de las páginas, lo cual facilita la mejor visibilidad por parte del lector.

En cuanto al análisis de contenido se pudo evidenciar que las macroestructuras resultantes del Esquema Básico Incluyente no se corresponden con los titulares originales, lo cual incide en que el contenido del texto de la noticia no se condensa en el título que publica el periódico.

Otro aspecto importante a destacar fue el uso de recursos retóricos con miras a reforzar aspectos negativos cuando se trata de fenómenos naturales; y a la inversa, se acentúan los aspectos positivos cuando se trata de resaltar los paisajes turísticos. En consonancia con ello, se pudo detectar el predominio de actos de habla utilizados con el propósito de alarmar sobre situaciones vinculadas con fenómenos naturales y para promocionar el turismo en espacios naturales.

En atención a los resultados, se evidencia la clara tendencia al tratamiento superficial de las informaciones en los medios impresos referidas a la ecología y medio ambiente. Esta situación se comprueba en el hecho de que las noticias sobre fenómenos naturales tienden a ser más noticias de sucesos sin análisis (Montero, 2013), donde predomina el drama sin profundizar ni explicar las causas de los mismos, mientras que en las referidas al turismo no se promueve verdaderamente en la ciudadanía un mensaje conservacionista de esos espacios. En este sentido, el análisis dejó entrever que ante la ausencia de fuentes especializadas, el periodismo actual demanda la necesidad de contar con periodistas especialistas en ecología y medio ambiente para explicar, clarificar y orientar al receptor.

El análisis formal y de contenido aplicado en este estudio reveló que los medios impresos venezolanos mantienen vigente la ecuación: a mayor difusión de catástrofes y desastres naturales mayores serán las ventas y el número de lectores. Los resultados encontrados coincidieron con los de investigaciones previas (Quiñonez, 2012; Rodríguez Cruz, 2012), donde se comprueba una vez más que el tratamiento mediático de este tipo de noticias dejan a un lado la divulgación de informaciones, que permitan la formación de verdaderos ciudadanos con una clara conciencia sobre la actual realidad ambiental y el cambio climático que avanza sin posibilidades de que se revierta.

Referencias bibliográficas

- Cuenca, María; Hilferty, Joseph (1999). Introducción a la lingüística cognitiva, España, Editorial Ariel.
- Domínguez, Mariluz (2007). **La representación de las mujeres en la prensa venezolana**, Maracaibo, Ediciones Astro Data.
- Franco, Antonio (1999). **Curso de lengua española**, Maracaibo, Editorial de la Universidad del Zulia.
- González, Silvia (1999). **El ejercicio del periodismo**, México, editorial Trillas.
- Martínez, José (1989). **El lenguaje periodístico**, España, Editorial Paraninfo.
- Méndez, Ana Irene (2007). **Metodologías y técnicas de investigación aplicadas a la comunicación**, Mérida, Producciones Editoriales.
- Molero de Cabeza, Lourdes y Cabeza, Julián (2006). El análisis del discurso como método para la investigación en las ciencias humanas y sociales. En Molero de Cabeza y López (Ed.), **El análisis del discurso en las ciencias humanas y sociales** (pp. 13-42), Maracaibo, ediciones LUZ-PDVSA.
- Montero, José (2013). El cambio global y la crisis del periodismo. Actas de las jornadas internacionales medios de comunicación y cambio climático. Disponible en http://www.pincc.unam.mx/reducc/actividades_2016/medios.pdf. (Consulta: 2016, octubre 21)
- Núñez, Rafael; Del Teso, Enrique (1996). **Semántica y pragmática del texto común**, España, Ediciones Cátedra.
- Pascuali, Antonio (1990). **Comprender la comunicación**. Caracas, Monte Ávila Editores.
- Penas Ibáñez, Azucena (2010). Procesos léxico-semánticos en el campo topológico usos especializados y usos comunes. **Cuadernos del Instituto de Historia de la Lengua**, pp. 117-164, disponible en <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3395792.pdf>. (Consulta: 2017, enero 21)
- 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).

Disponible en <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/>
(Consulta: 2016, octubre 25)

Rivadeneira, Raúl (2004). **Periodismo la teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación**. México, Editorial Trillas.

Rodríguez Cruz, Inés (2012). Análisis cuantitativo y calidad de la información sobre medio ambiente en la prensa española. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5252888> (Consulta: 2016, noviembre 12)

Trellez, Eloísa (1995). **Formación ambiental participativa. Una propuesta para América Latina**, Perú, Caleidos/OEA.
Van Dijk, Teun (1990). **La Noticia como discurso**, España, Ediciones Paidós Ibérica.

Van Dijk, Teun (1993). **Estructura y funciones del discurso**, España, Siglo Veintiuno Editores.

Van Dijk, Teun (2003). **El discurso como estructura y proceso**, España, Gedisa Editorial.

Villalobos, Orlando (2007). **Comunicación y Ciudadanía. La creación del tejido social de Maracaibo**, Venezuela, Universidad del Zulia, Vicerrectorado Académico.



UNIVERSIDAD
DEL ZULIA

QUÓRUM ACADÉMICO

Revista especializada en temas de la Comunicación y la Información

*Esta revista fue editada en formato digital y publicada en enero de 2018, por el **Fondo Editorial Serbiluz**, Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela*

www.luz.edu.ve
www.serbi.luz.edu.ve
produccioncientifica.luz.edu.ve