



Facultad de Ciencias Humanas y Sociales
Comunicación Social - Periodismo

Trabajo de Grado:

Análisis de la imagen de cambio climático en los medios de televisión masivos nacionales, destacando la percepción ambiental que crean los estudiantes de Comunicación Social - Periodismo de noveno semestre de la Corporación Universitaria Minuto de Seccional Bello.

Preparado Por:

Yenni Córdoba Palacios

Asesor:

Laura Hurtado Gómez

Bello, Colombia

2017

Tabla de contenido	
Resumen	5
1. Título	6
2. Introducción	6
3. Definición del problema	7
3.1 Planteamiento del Problema	7
4. Pregunta problematizadora	9
5. Justificación	9
6. Delimitación	10
7. Objetivos	11
7.1 Objetivo general	11
7.2 Objetivos específicos	11
8. Categorías	12
9. Estado del Arte	12
10. Marco Teórico	17
11. Marco legal y normativo	20
12. Marco Conceptual	22
12.1 Medios de comunicación	22
12.2 La Imagen	24
12.3 Percepción e identidad	27

	3
13. Metodología	28
13.1 Enfoque, tipo, diseño, alcance, estrategia	29
13.2 Ruta metodológica	30
13.3 Sujetos de investigación	33
13.4 Fuentes de información	33
13.5 Técnicas e instrumentos	34
14. Cronograma	34
15. Análisis y Resultados	35
15.1 Recolección de contenidos audiovisuales	39
15.2 Análisis de los componentes de la imagen	40
15.3 Percepción ambiental	40
15.3.1 Fase 1: encuesta	41
15.3.2 Grupo focal	58
16. Síntesis y Resultados	70
17. Conclusiones	71
18. Recomendaciones	73
19. Anexos	75
20. Referencias	181

Tabla de gráficos

Ilustración 1 principal causa del cambio climático	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 2 visualización de la imagen de cambio climático	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 3 Fuente de acceso a la información	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 4 Afectación	41
Ilustración 5 Tipo de afectación	42
Ilustración 6 Cubrimiento noticioso	44
Ilustración 7 Percepción	45
Ilustración 8 Escala conciencia ambiental que generan las imágenes	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 9 Escala de responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 10 Medios nacionales de acceso a información climática	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 11 Tipo de reacción frente a contenidos climáticos	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 12 Aprobación tipo de reacción	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 13 Escala grado de identidad	¡Error! Marcador no definido.

Resumen

Yendo de la mano con la sublínea de investigación Comunicación, Imagen, Representación e Identidad, se toman como ejemplo algunos textos externos que permiten comprender cómo deben ser los procesos comunicacionales sobre cambio climático para lograr un mayor impacto en el público; en este caso, estudiando la población estudiantil de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Seccional Bello. Para ello será necesario comprender cuándo surgió la problemática de cambio climático y desde cuándo cobra interés en el país.

De esta manera, los medios de televisión masiva colombiana suministran las bases para la investigación; reportajes, contenidos noticiosos, documentales, entre otros, hacen posible comprender la forma en que se interpretan dichos contenidos. Se abordan distintas investigaciones con el fin de contextualizar y distinguir desde distintos puntos de vista, el papel de los medios de comunicación a la hora de informar acerca del cambio climático.

La población, sujetos de investigación son los estudiantes de noveno semestre de Comunicación Social – Periodismo, quienes por su formación profesional permiten una mayor contextualización en la investigación, no sólo porque son receptores de los contenidos climáticos emitidos a través de los medios de comunicación sino también por su percepción especializada desde la formación profesional.

Por último, se identifica cómo se da el proceso de identidad desde la percepción del estudiante, por lo que será necesario elaborar distintas técnicas que permitan comprender el significado de la imagen de cambio climático para las personas.

Palabras claves: Cambio climático, medios de comunicación y medio ambiente, cobertura mediática, imagen, periodismo, percepción, preservación y conservación ambiental.

1. Título

Análisis de la imagen de cambio climático en los medios de televisión masivos nacionales, destacando la percepción ambiental que crean los estudiantes de Comunicación Social - Periodismo de noveno semestre de la Corporación Universitaria Minuto de Seccional Bello.

2. Introducción

El presente trabajo de investigación como su nombre lo indica, pretende realizar un análisis de la imagen de cambio climático en los medios de televisión masiva colombiana, destacando la percepción ambiental que crean los estudiantes de Comunicación Social - Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Seccional Bello, que actualmente se encuentran en el noveno semestre. Se establecerá cómo el contenido de los medios dentro de esta temática puede modificar o bien, transformar el comportamiento de conservación ambiental en las personas.

A partir de diferentes autores y sus distintas interpretaciones, no sólo se dejará claro el papel que juegan algunos medios de televisión en Colombia, sino que también se tomará a un sector de la población, estudiantes que en su formación de comunicadores sociales- periodistas, hacen posible que la investigación pueda analizarse desde su percepción como futuros profesionales dentro del campo comunicacional y como personas que consumen este tipo de contenidos sin evaluación alguna. Desde estos dos puntos de vista, se establecerá una comparación para comprender la identidad ambiental que construyen a través de dichos medios.

Para iniciar, se presentan los objetivos y lo que justifica su realización, además se abordará de manera general los antecedentes históricos, investigativos y legales en los que se fundamenta su desarrollo. Con la intención de facilitar el proceso de comprensión del lector, se dividirán los conceptos por categorías para que se puedan entender sus intenciones y avances.

Como resultado de la investigación se espera conocer cuál es la percepción ambiental del estudiante a través de los medios, las acciones que genera al momento de recibir la información.

3. Definición del problema

3.1 Planteamiento del Problema

En los últimos años la problemática del Cambio Climático ha generado todo tipo de interpretaciones e interacciones en la población mundial. Pasó de ser una percepción a una realidad latente en el mundo. “El descubrimiento de este fenómeno comenzó a principios del siglo XIX de la mano de científicos quienes encontraron por primera vez cambios naturales en el clima y se identificó el fenómeno invernadero natural”. Rodríguez (2009)

Desde ese entonces los medios de comunicación se convirtieron en un eje principal, donde las personas acceden a la información que estos suministran, y se enteran de lo que sucede, cómo se enfrenta la problemática, quiénes son afectados, entre otras cuestiones que generan en el público todo tipo de acciones, bien sean de interés o de ignorancia frente al tema.

El cambio climático se ha manifestado mediante un sin número de efectos en el mundo, desde el aumento de las lluvias, derretimiento de los glaciales, aumento de las temperaturas, desgaste en la capa de ozono que cubre la superficie de la tierra, desaparición de fauna silvestre, entre otros muchos daños que se originan a partir de esta problemática.

Una reciente publicación de la revista **National Geographic**, transmitida en septiembre del 2010, expone que: el planeta se está calentando, desde el Polo Norte al Polo Sur, y en todas las áreas intermedias. Globalmente, el mercurio ya ha subido más de 1 grado Fahrenheit y aún más en las sensibles regiones polares. Y los efectos del aumento de la temperatura no llegarán en un futuro lejano. Se están produciendo justo ahora. Se observan los síntomas por todos lados y algunos de ellos son sorprendentes. El calor no solo está derritiendo los glaciares y el hielo del mar, también está cambiando los patrones de precipitaciones y haciendo que los animales se trasladen.

Por lo anterior y de acuerdo con la publicación, es claro que nos enfrentamos a una problemática que incrementa constantemente y la principal causa de ella, comprobada científicamente y evidente para él mismo, es el hombre; quien sin duda a través de sus distintitos

comportamientos que afectan el medio ambiente, ha hecho posible que el cambio climático sea cada vez más real.

A pesar de que la información acerca de esta problemática es constante, los medios han ignorado todo el poder que tienen para incentivar acciones de cambio en la sociedad. La información es poco coherente, verosímil, las fuentes parecen no ser demasiado expertas a la hora de suministrar la información. Además, su propósito está en mostrar los eventos que ocurren, sin interesarse por mostrar a la sociedad por qué ocurre, cómo prevenir posibles tragedias y sobre todo cómo contribuir a la conservación ambiental.

Es importante tener en cuenta que los medios de comunicación tienen la capacidad de mover masas e influenciar a la sociedad.

La imagen que un ciudadano cualquiera puede componerse sobre la criminalidad en su país depende, sin duda en primer lugar, de su propia experiencia como víctima o de la de sus allegados. En su defecto se convierten en fuente principal las noticias que difunden los medios en relación con la delincuencia, cuando no el mero rumor sobre la experiencia de otros. Pero los medios de comunicación ofrecen una visión deformada de la realidad delictiva de un país. Navarro (2005)

Por ende, la siguiente investigación pretende indagar y analizar cómo los medios de televisión masivos de Colombia están suministrando la información de cambio climático, que cada día afecta más al país. Asimismo, se necesita comprender cómo la sociedad percibe dicha información y qué hace con ella.

La sociedad debe comenzar a visualizar los efectos del cambio climático como algo real, que, a pesar de no afectarlos directamente, está pasando todos los días, dejando muchas víctimas alrededor del mundo, deben empezar a ver los medios de comunicación desde otra perspectiva y consumir de ellos conocimientos de valor, de igual forma dichos medios podrían suministrar estos conocimientos así la personas tendrían mejores comportamientos frente al C.C.

Tras la inmersión en la Corporación Universitaria Minuto de Dios Seccional Bello, se conocerá la percepción ambiental que crean los estudiantes de Comunicación Social -Periodismo

de noveno semestre, frente a los contenidos brindados por los medios de televisión. La inclusión de los estudiantes a este proceso investigativo permitirá entender cómo la problemática del cambio climático es comprendida por los jóvenes y de qué manera los medios de comunicación a los que tienen acceso han posibilitado que sus acciones de conservación y prevención ambiental aumenten o disminuyan.

4. Pregunta problematizadora

¿Cómo la imagen de cambio climático de los medios de televisión masivos en Colombia ha influido en la percepción ambiental de los estudiantes de noveno semestre de Comunicación Social - Periodismo en la Corporación Universitaria Minuto de Dios Seccional Bello?

5. Justificación

El cambio climático se ha convertido en una de las problemáticas ambientales de mayor impacto en el mundo. La quema de combustibles fósiles (petróleo, carbón y gas) que se usan para generar energía, la tala de árboles, la contaminación a las fuentes fluviales, la liberación de gases a la atmósfera; entre otros, han provocado un aumento en la temperatura de la tierra esto a su vez generó una distorsión en el sistema climático global. (Sam, 2013)

Lo que ha hecho que hoy el mundo se encuentre sumergido en constantes transformaciones no tan positivas para los seres vivos.

La importancia de este trabajo de investigación radica en el estudio de la problemática del cambio climático desde los medios televisivos, cómo a través de la imagen los medios han permitido crear o no una identidad ambiental en la población.

Es una temática de interés esencial, la cual surge cuando se empieza a comprender que el cambio climático, a pesar de ser algo trascendental en el siglo XXI, parece no tener el lugar que se merece dentro de la población. Colombia, a pesar de ser un país con muchas riquezas

naturales, eso no ha sido impedimento para que el Cambio Climático siga afectando tantas zonas, continúe causando daños y dejando pérdidas tanto económicas, como humanas en los sectores donde impacta.

Al empezar a considerar cuáles habían sido los sectores más afectados por el C.C, la pregunta se hacía más contundente ¿qué está haciendo la población para conservar los recursos naturales? ¿De esta manera se pueden prevenir nuevos sucesos? Y sobre todo ¿quién o quiénes son los culpables en el incremento del cambio climático?

Los medios de comunicación tienen la característica de influir en los pensamientos y actitudes de las personas, pero ¿de qué manera se aprovecha esto para crear en la población una identidad de conservación ambiental? y ¿cómo se está logrando?

Un ejemplo de lo anterior es; La teoría plantea que la manipulación es posible ya que frente al enorme y creciente poder de los medios, no hay ningún elemento de resistencia; el mensaje se dirigirá por los medios de comunicación de masas, a partir de ahí, es posible crear un estímulo, un mensaje tan fuerte que se “inyecte dentro de la piel de cada miembro de la sociedad” (Cury & Scaricabarossi. 2015)

La realización de la investigación, pretende indagar y analizar cómo los medios de televisión masivos de Colombia están suministrando la información de cambio climático, que cada día afecta más al país. Asimismo, se necesita comprender cómo la sociedad percibe dicha información y qué hace con ella.

6. Delimitación

La delimitación del proceso investigativo, permite ser claros y objetivos frente a las distintas temáticas que se pretenden abordar. Dentro de esta investigación es muy importante tener claro el espacio y tiempo para la delimitación del problema, además de la recolección de información y

datos que ayuden al avance de la misma. “al delimitar es conveniente tener en cuenta a qué población va a llegar el estudio, las posibles variables o hipótesis que se van a tener en cuenta y constatar esas variables con el objetivo” (El proceso de la investigación, 2014)

Por lo tanto, el trabajo investigativo se realizó durante el segundo semestre del año 2017, delimitando a los estudiantes matriculados en materias de noveno semestre de Comunicación Social - Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Seccional Bello. A quienes se les aplicaran diferentes técnicas para comprender su percepción frente a las imágenes de cambio climático que les brindan los principales medios de televisión masiva en Colombia.

7. Objetivos

7.1 Objetivo general

Realizar un análisis de la imagen de cambio climático en los medios masivos de televisión en Colombia, destacando la percepción ambiental que crean los estudiantes de Comunicación Social - Periodismo noveno semestre en la Corporación Universitaria Minuto de Dios.

7.2 Objetivos específicos

- Identificar las principales imágenes de cambio climático en los medios masivos de televisión
- Analizar los componentes de interés de la imagen de cambio climático difundida por los dos medios seleccionados.

- Indagar sobre la percepción ambiental que crea el estudiante Comunicación Social
- Periodismo de noveno semestre de la Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Determinar si hay o no una identidad ambiental en los estudiantes al percibir las imágenes de cambio climático.

8. Categorías

Categorías	Subcategorías Implícitas
Medios de Comunicación	Televisión
Imagen	Cambio climático El uso del miedo
Percepción e identidad	Sentido de pertenencia y de preservación Medio Ambiental Cultura

9. Estado del Arte

Para comprender el trasfondo de la presente investigación, es necesario conocer los diferentes factores que ayudan a su desarrollo, estudios que permiten comprender el alcance de los medios de comunicación en la actualidad, y cómo estos pueden influir en el público herramientas de solución frente al cambio climático. “A la gente le gustaría creer que los medios van a

salvaguardar el medio ambiente, por ejemplo, o que nos alertarán de condiciones medioambientales peligrosas. Sin embargo, muy pocos periodistas creen que ellos participan en el control y la defensa de los intereses sociales en esos términos, sino que, más bien, actúan como meros difusores e intérpretes de noticias e informaciones (Sachsman, Simon y Valenti 2006; Weaver y Wilhoit 1986).

En los últimos años, los medios de comunicación se han convertido en fuentes que informan a la sociedad de los diferentes sucesos que pasan, pero en el caso de problemáticas ambientales cumplen una misión mucho más grande y es la de pasar de meros difusores a brindar soluciones y alternativas que minimicen este tipo de problemáticas.

Respecto al cambio climático, si los medios fuesen *perros guardianes*, anotarían cuidadosamente los hallazgos de la comunidad científica y sus implicaciones para la salud humana y la estabilidad de los ecosistemas. Sin embargo, los análisis han revelado que los medios se han apoyado fuertemente en científicos escépticos, que no publican en revistas científicas revisadas por expertos, y forman parte de los *thinktanks* conservadores (McCright 2007; union of concerned Scientists 2007).

A pesar del gran crecimiento de los medios de comunicación en las últimas décadas, parecen haber olvidado el poder que tienen para influir en las masas. No solo a la hora de difundir contenidos del medio ambiente, cualquier problemática social cuando se muestra en los medios tiene la posibilidad de aumentar o disminuir. Sandro Macasi, en su investigación titulada **Roles Constructivos vs. Roles partisanos en la cobertura de conflictos socioambientales**; expresa que, esencialmente el excesivo énfasis en el drama, el simplismo de la información, el etnocentrismo del relato, y en el enfoque sensacionalista, se ha convertido en una visión negativa de los medios, que ni coincide con la tradición de la reflexión y prácticas que buscan transformar los conflictos (Moscasi, 2016, p. 136).

Pero a qué se debe esta acción poco consciente por parte de los medios de comunicación. Un presente informe en el periódico El Espectador por (Monsalve, 2017) afirma que: “Parte de la

respuesta a por qué Colombia no ha podido tomar acciones más contundentes frente al cambio climático podría estar en el hecho de que no hemos entendido bien cómo comunicarlo. Una conclusión a la que llegó el artículo “Comunicación del cambio climático en Colombia”, publicado en la *Oxford Research Encyclopedia of Climate Science* por cuatro investigadores colombianos”.

Según explica Luisa Lema, coordinadora de política pública de la ONG Fondo Acción y coautora del estudio, en principio la idea del artículo, por tratarse de una enciclopedia, era hacer una revisión de los estudios que existían en el país. Pero, debido a que es muy poco lo que se ha estudiado sobre comunicación del cambio climático, terminaron agregando un capítulo con casos propios. Concretamente, examinaron cómo cuatro sectores comunican el tema: el Gobierno, los medios, la academia y las ONG. (P.1)

De cierto modo los sectores que mencionan en el informe, el gobierno, los medios, la academia y distintas ONG, se convierten hoy en fuentes de información primordiales a la hora de entender por qué ocurren los fenómenos climáticos, quienes son los más afectados y, sobre todo, como enfrentarlo. Sin embargo, muchas veces estos sectores se quedan cortos y brindan información poco sustancial lo cual podría ser la causa a que las personas tomen en serio la problemática de cambio climático.

Leon (2013) afirma “La ausencia de interés y relevancia periodística impide que los cambios climáticos obtengan una más grande y continua atención. Otro de los criterios habituales en el trabajo periodístico, el equilibrio también ha sido fuente de conflicto en el ámbito ambiental” (p11).

Los estudios realizados en décadas recientes han puesto de manifiesto que el público adquiere gran parte de su conocimiento sobre la ciencia a través de los medios de comunicación (p.e., Nelkin 1987). Sin embargo, cuando la información es poco sustanciosa, el público no estará lo verdaderamente informado y no contará con herramientas necesarias que le permitan comprender lo que está ocurriendo. es importante considerarla función de los medios de comunicación en la ciencia, política y práctica climáticas actuales, y examinar tanto los motivos que guían las representaciones mediáticas como los efectos de las mismas. En otras palabras, las

representaciones mediáticas son un factor importante en el entendimiento y compromiso público de la ciencia climática y, por tanto, merecen una consideración crítica. (Boykoff, 2009)

Como lo hemos recalcado anteriormente, la imagen de Cambio Climático que suministran los medios de comunicación también es sumamente importante a la hora de influir en el público. Actualmente a través de las redes sociales, la televisión, los anuncios en las calles, ente otros elementos comunicativos, las personas están constantemente recibiendo información.

Las distintas investigaciones realizadas en algunos países, donde se pretende evaluar el poder de los medios frente al cambio climático y su impacto social. Permite comprender y avalorar su impacto, a continuación, se presentarán algunas y analizarán algunas de ella:

Fernández Reyes, R.: en su investigación **“Reconocimiento y cuestionamiento mediático del cambio climático en España, en Contribuciones a las Ciencias Sociales” del diciembre 2010.** Aborda cómo editoriales de prensa española, de distintas ideologías políticas, emiten un discurso polifónico en torno a este reto ambiental, cuestionando o validando los resultados científicos. Habla de cómo los discursos mediáticos promueven campos de acción o de inacción. El resultado del cuestionamiento científico del cambio climático sostiene el statu quo y frena el cambio social, político, económico e individual hacia una nueva cultura de la sostenibilidad; por el contrario, el resultado del reconocimiento científico del cambio climático incita a la necesidad de dicho cambio.

Otra de las investigaciones es: interacción entre medios, ciencia, política, industria y audiencias realizada por Julia B. Corbett, Lindsay e, Young y Byron I.

Este estudio investiga los factores que contribuyen al cambio de la cobertura informativa en estados unidos sobre el cambio climático desde 1985. El análisis diacrónico, a través de series temporales, descubren tanto a los que abren o lideran la agenda sobre el tema como los que se hacen eco de ellos: la atención de los medios al cambio climático fue guiada por los debates en el Congreso y, años después, por el incremento de las temperaturas. Se dan relaciones de retroalimentación entre la preocupación del público y una variedad de factores, incluyendo la

cobertura informativa. La evidencia científica tuvo el papel más complejo, dirigiendo y siguiendo numerosas variables, tanto positiva como negativamente.

El artículo de investigación **Los medios y la comunicación científica** de Maxwell T Boykoff, donde explora cómo configuran e influyen las representaciones de los medios sobre el cambio climático en las actuales comunicaciones internacionales sobre ciencia y política. Los factores que contribuyen a estas interacciones son numerosos y complejos. Las rutinas y presiones que guían las decisiones periodísticas sobre la cobertura de la acción antropogénica sobre el medioambiente definen el espíritu crítico el discurso actual en la tan politizada interconexión entre ciencia del clima y política. El artículo investiga las múltiples normas periodísticas, políticas, culturales y económicas que influyen dinámicamente en la cobertura de la ciencia climática. Explora el caso del cambio climático para analizar también los factores que configuran la transmisión de la incertidumbre a la ciencia climática.

Finalmente, se abordó la investigación del Grupo Colombiano de Análisis del Discurso Mediático, publicado por Colciencias:

El Grupo Colombiano de Análisis del Discurso Mediático tiene lazos académicos y de investigación con: Universidad de Heidelberg. Heidelberg-Alemania Universidad de Bergen. Bergen-Noruega Universidad la Sapienza-Roma Italia Los procedimientos analíticos e interpretativos se enmarca en una concepción amplia de lenguaje entendido como una capacidad humana, que integra simultáneamente su actividad cognitiva, creativa e interactiva en un marco socio cultural. En consecuencia, se analiza una práctica discursiva privilegiada en el uso de la lengua (medios masivos de comunicación; discursos institucionalizados) que se configura en acciones sociales, en la medida en que creando formas de interacción entre los miembros de una cultura o grupo humano.

Las investigaciones permiten interpretar desde diferentes puntos de vista, la problemática de cambio climático y cómo es emitido a través de los medios de comunicación en estos países. Además, en ellas se encuentra algo a resaltar, por primera vez se incluye a la comunidad científica como un factor importante a la hora de entender el C.C y esta población se posiciona

como el eje fundamental dentro de la temática. En consecuencia, estos trabajos posibilitaron un desarrollo más amplio en la presente investigación.

10. Marco Teórico

El propósito de los medios masivos... no es tanto informar y reportar lo que sucede, sino más bien dar forma a la opinión pública de acuerdo a las agendas del poder corporativo dominante. Noam Chomsky

Uno de los grandes ejemplos del poder que tienen los medios de comunicación en las masas, se presentó el 30 de octubre de 1938, cuando Orson Welles, adaptó el clásico *La guerra de los mundos*, novela de ciencia ficción de H.G. Wells, a un guion de radio. Lo cual produjo caos en la multitud que lo escuchaba, quienes creían que lo que estaba diciendo ocurría en realidad.

Pero ¿cómo podría asociarse ese fenómeno con la investigación? Hoy en día se puede ver como la mayoría de los medios de comunicación, difunden mensajes que pueden ser ciertos o no, y de alguna manera hacen que las personas actúen de un modo que ya ha sido predeterminada por el difusor.

Es lo que actualmente conocemos como la teoría de la aguja hipodérmica, desarrollada por Harold Lasswell en su libro “Técnicas de propaganda en la guerra mundial” (1927). Y que explica que:

Los mensajes emitidos por los medios de comunicación influyen directamente en los receptores, “inyectan” una información con un contenido que automáticamente se da, por cierto; es decir, sin que los receptores, cuestionen la información recibida, reaccionando todos de manera de manera similar. García (2013)

Si los medios de comunicación “inyectan” a las personas una información de conveniencia ¿por qué no aportar para que la sociedad actúe de cierto modo que favorezca al medio ambiente, y con ello evitar nuevos efectos del cambio climático?

Una forma de contestar esta cuestión es comprendiendo que existe una manipulación entre los medios de comunicación y el Estado, lo cual supone que hay un interés para generar una percepción en donde el estado sea el héroe, es así como algunas veces se observa un interés de parte de los medios con las figuras de poder.

El drama y el sensacionalismo que se evidencia a través de los medios, representa a lo que llamaba Stanley Cohen como teoría del caos moral que según como lo define el mismo.

Cohen, S. (1972) “un momento, condición, ya sea en lo individual o en lo colectivo, que surge de manera inesperada evidenciándose como una amenaza latente para ciertos intereses de grupo o valores sociales”.

Sin embargo, como lo continuó recalando Stanley en sus distintas publicaciones, el papel de los medios debería ser entonces promover en la sociedad no el miedo que beneficie algunos sectores, sino un sentido de pertenencia social, que beneficiaría en este caso al medio ambiente.

Se trata de sumar y no de dividir. ¿Cuál es la imagen o mensaje que estamos enviando al mundo?, si no se tiene la voluntad política ni social entonces, ¿cómo podremos conciliarnos con el exterior? ¿Cómo establecer mejores relaciones internacionales si nosotros mismos no logramos un entendimiento? Falta mucho por hacer y por lograr. Cohen, S. (1972)

El significado de la imagen también puede ser estudiada desde la semiótica, la cual permite interpretar los signos que permiten el desarrollo de la comunicación entre los individuos, sus formas de interpretación y recepción.

Al ser la imagen un componente fundamental de la cultura, de la vida social y política, estudiar la misma deviene en reflexionar cómo se construye socialmente el sentido en ciertos procesos de comunicación visual. La imagen se puede ver no sólo como sistema de expresión, sino una estrategia política y social, como un elemento fundamental en la explicación de grupos sociales, religiones, sistemas políticos y, ahora, de los medios de información colectiva. De ahí que una semiótica de la imagen sea una herramienta para el mayor conocimiento de cómo ciertos procesos se presentan en la vida social, qué efectos de sentido

tienen sus construcciones, qué relaciones se pueden establecer entre aspectos estéticos y culturales o entre los perceptivos y sus usos sociales, etc. Así, el proyecto de una "semiótica visual" está circundado por el de una "semiótica de la cultura", por lo que no se reduce únicamente al análisis de los códigos visuales, sino a la manera como una imagen forma parte de la representación social, media la relación y construye visiones del mundo. Karam (2011)

Han sido muchos los filósofos que han abordado el tema de la semiótica y las formas de representación dentro de la sociedad y la construcción de signos y símbolos dentro de la comunicación. “signo es lo que esté en lugar de otra cosa: ante todo lo que está en lugar de sus posibles interpretaciones. Signo es lo que puede interpretarse” (eco, 1998, p.p 340) de esta manera se interpreta que los signos cumplen una función de comunicar, dar información acerca de hechos que se desprenden de una realidad que se percibe por medio de los sentidos. Por lo tanto, la imagen que se emiten a través de los medios de comunicación, están compuestas de signos que permiten que las personas interpreten la realidad y esta tenga un sentido y significado para ellas.

En la actualidad el hombre está rodeado de un sinfín de signos, y la vida del hombre está llena de sentido y significación. En ese sentido cada situación comunica, por ejemplo, una vía, una valla publicitaria, una moto, los colores, un auto una casa...es decir, los objetos mismos tienen una connotación: un significado. (Conceptualización semiótica. UdeA)

Entonces, si la vida la vida del hombre está rodeada de signos que siempre están comunicando algo y cuyos significados les permiten interpretar la realidad, ¿cómo deberían estar compuestas las imágenes de cambio climático, para que su composición de signos no solo represente la realidad, sino que también permita que las personas generen actitudes ambientales socialmente responsables?

11. Marco legal y normativo

Para el desarrollo de la investigación, es necesario conocer cuáles son las normas que hay en la actualidad en Colombia respecto a la temática ambiental dentro de los medios. Para esto fue necesaria una búsqueda minuciosa que permite continuar con información clara y verídica.

Artículo 20. Libertad de expresión e información

Comprende este artículo además la responsabilidad de los medios de comunicación masiva, derecho a la rectificación y prohibición de censura.

La libertad de expresión es una condición necesaria para que el ser humano se desarrolle plenamente en sociedad, pues se entiende por el que el hombre porque se preocupa el derecho en Colombia, no es el hombre aislado sino el hombre en sociedad. Es así como el artículo 1 dice que la República de Colombia se funda en el respeto a la dignidad humana, el trabajo, la solidaridad y la prevalencia del interés general. Por lo tanto, se busca con la libertad de expresión la realización del ser humano como individuos dentro de una sociedad.

Pero no solo se busca la realización del individuo con la libertad de expresión, también la realización del Estado social de derecho, democrático, participativo y pluralista. El ser político se desarrolla en un Estado democrático, sólo si puede expresarse libremente, difundir su pensamiento, recibir información veraz e imparcial y si es el caso fundar medios de comunicación masiva que no podrán por lo tanto ser monopolio exclusivo de nadie, ni aún del Estado. (Artículo 20 constitución política de Colombia 1991)

Además, existen otros artículos de la Constitución Política de Colombia de 1991, relacionados con el cuidado y preservación ambiental, a los cuales todos los ciudadanos y unidades privadas o públicas están sujetas. Inclusive los medios de comunicación.

Los siguientes artículos fueron tomados de la Constitución Política de Colombia y permiten comprender la importancia que posibilite a la población gozar de un ambiente sano, pero también el deber que tienen para lograrlo.

Artículo 58. Se garantizan la propiedad privada y los demás derechos adquiridos con arreglo a las leyes civiles, los cuales no pueden ser desconocidos ni vulnerados por leyes posteriores. Cuando de la aplicación de una ley expedida por motivos de utilidad pública o interés social, resultaren en conflicto los derechos de los particulares con la necesidad por ella reconocida, el interés privado deberá ceder al interés público o social.

La propiedad es una función social que implica obligaciones. Como tal, le es inherente una función ecológica.

...

Artículo 79. Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo.

Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines

Artículo 80. El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución.

Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados.

Así mismo, cooperará con otras naciones en la protección de los ecosistemas situados en las zonas fronterizas.

Artículo 95. La calidad de colombiano enaltece a todos los miembros de la comunidad nacional. Todos están en el deber de engrandecerla y dignificarla. El ejercicio de los derechos y libertades reconocidos en esta Constitución implica responsabilidades.

Toda persona está obligada a cumplir la Constitución y las leyes. Son deberes de la persona y del ciudadano

8. Proteger los recursos culturales y naturales del país y velar por la conservación de un ambiente sano;

9. Contribuir al financiamiento de los gastos e inversiones del Estado dentro de conceptos de justicia y equidad. (Constitución Política de Colombia, 1991)

Respecto a lo anterior se entiende que todos los ciudadanos tienen el derecho a tener un medio ambiente en condiciones sanas. Sin embargo, los mismos, tanto ciudadanos como empresas privadas o públicas, deben contribuir al mantenimiento y la conservación ambiental.

Entonces es necesario comprender si estas leyes están siendo cumplidas por la población. También se menciona que tanto los medios de comunicación como las personas, tienen derecho a la libertad de expresión e información, pero ¿por qué no se utiliza este factor para promover la conservación ambiental y así mantener un medio ambiente sano?

12. Marco Conceptual

Para la construcción y comprensión de la presente investigación se establecieron tres categorías, conceptos y autores claves con los cuales se pretende manifestar la representación general de toda la información que se maneja dentro del proceso investigativo. De esta manera se dividirá por las siguientes categorías: **Medios de comunicación** y como subcategoría, Televisión. **La Imagen** y como subcategoría el cambio climático. Y finalmente la categoría de **Percepción e Identidad**, y la subcategoría de sentido de pertenencia y de preservación medio ambiental.

Se hace un rastreo de información teórica y conceptual con la intención de facilitar una guía al lector y permitir comprender los apartados de la investigación y cómo se relacionan entre sí.

12.1 Medios de comunicación

“El lenguaje icónico informativo debido a su intento de objetivar y denotar la realidad, tal vez sea el más torpe para la profundización en la transmisión de mensajes: no penetra en el ser de las cosas, se detiene en lo aparental, en la superficie.” Herreros, M. (1980)

Como su nombre lo indica la investigación se sustenta en el análisis de la imagen de cambio climático en los medios de televisión masiva en Colombia e intentan comprender cómo desde estos medios se crea conciencia en el público. A partir de la iniciativa, es necesario comprender la trascendencia y poder de los medios.

Hoy en día los medios de comunicación se han convertido en una herramienta necesaria para la sociedad, han tenido una evolución trascendental que permite al mismo tiempo el desarrollo de diferentes territorios. Desde la comunicación oral, la escritura, hasta los distintos medios de comunicación que conocemos actualmente, generaron el progreso de la expansión cultural e informativa de las sociedades.

“También podemos decir que en algún sentido persisten la manipulación y el aletargamiento en sociedades que sobre todo buscan entretenimiento, pero poco se interesan sobre lo que la televisión y sus mensajes nos hacen en la cabeza...” Karam, T. (2014).

Cuando aparece la televisión se convierte en un panorama totalmente diferente, la imagen en movimiento les consiente a las personas una apariencia distinta a la que estaban acostumbradas, la evolución tecnológica de la Tv y de las industrias informáticas hacen que las personas empiecen a consumir a menudo sus contenidos y creen en estos una representación de credibilidad.

Tal como lo expone Nebreda, B., & Albert, A. (1992). En los informativos de televisión: Un modelo más allá de las diferencias. Los medios de comunicación pueden concebirse como lo que “Condiciona la manera de entender el mundo y lo que en él ocurre, de modo que si inicialmente la información pretende dar cuenta de <<lo que pasa>> y de <<por qué pasa>>, acaba construyendo significados y sentidos.”

Por esta razón más allá de informar, los medios deben presentar alternativas que permitan en este caso, comprender las problemáticas actuales de Cambio Climático. “Los medios de comunicación tienen una responsabilidad crucial como fuente de información y opiniones sobre la ciencia y la tecnología para los ciudadanos. La percepción y la postura del público frente a tales campos se hallan considerablemente influenciadas por las representaciones del

conocimiento científico transmitido por la prensa y por otros medios de comunicación de masas” (Wilson 1995; Krosnick et al. 2000; Corbett y Durfee 2004).

Las existencias de estudios prueban que la difusión por parte de los medios se presenta como un factor importante para promover el entendimiento y compromiso público frente a la problemática climática, permite pensar si realmente se está utilizando este vehículo difusor en la creación de soluciones que mejoren el medio ambiente.

Un factor importante para la realización del trabajo investigativo es el análisis del tipo de contenido de Cambio Climático que se realiza desde los medios de comunicación. Este análisis permitirá comprender si las campañas o contenidos climáticos realmente son eficaces para que la población cambie sus patrones de comportamiento a una mejor sensibilización ciudadana.

12.2 La Imagen

Las imágenes están situadas en las fronteras de la Semiótica. Umberto Eco (1989) nos advierte que no todos los fenómenos comunicativos pueden explicarse por medio de categorías lingüísticas. Este mismo autor aborda el concepto de signo icónico de Morris como aquél que posee ciertas propiedades del objeto representado diciendo que esa definición es una tautología.

Eco (1989: 192) lo define así: «... los signos icónicos no poseen las propiedades del objeto representado, sino que reproducen algunas condiciones de la percepción común, basándose en códigos perceptivos normales y seleccionando los estímulos que –con exclusión de otros– permiten construir una estructura perceptiva que, fundada en códigos de experiencia adquirida, tengan el mismo ‘significado’».

Para este mismo autor, “La imagen tiene significación porque hay personas que se preguntan por su significado. Una imagen de por sí no significa nada. Es cuando se deja de interrogar a la imagen que ésta es secuestrada por la norma, la ley y el estereotipo “Eco (1989: 192).

De acuerdo con lo mencionado, se podría afirmar que frente a la problemática de cambio climático en los medios de televisión la imagen que se emite a través de ellos no cobraría

importancia para la sociedad si no cuplé con unos elementos que llenen de significado para el público. Cuando el autor alude a que una imagen por sí sola no significa nada, tiene razón. Para crear un movimiento alrededor de la imagen es necesario explicarla o manifestarla de cierta manera que genere acciones o sentimientos en quien la percibe, aunque el resultado no siempre sea positivo. “Si bien es difícil medir el impacto social de la televisión, se sabe que, con base a repeticiones, la sociedad adopta determinadas frases o actitudes. Por tanto, si el entretenimiento televisivo se basa en personajes humillados y vulnerables (vulnerados), ello se vuelve una actitud que el público asume como algo normal”. García, C. (2007)

Por otro lado, las imágenes del cambio climático que se muestra en los medios de comunicación son en gran medida imágenes pobres, con falta de fuentes que permitan comprender la importancia del fenómeno, al ser una imagen que no represente algo más para la sociedad, no tomará una interpretación asertiva en el público. También existen otros factores; las imágenes muchas veces son manipuladas de manera que no genere tensiones y perjudique intereses que tienen algunas figuras de poder.

Todos estos factores y si agregamos muchos más que existe y se fortalecen cada día, convierten a los medios de comunicación en meros difusores de contenidos con unos niveles de interés político y económicos exagerados. Esa es una de las razones por la cual, las imágenes de cambio climático son tan pobremente manifestadas, un hecho noticioso del cambio climático puede ser tan rápidamente emitido que ni siquiera el público alcanza a entender qué o cómo sucedió.

Los periodistas tenemos presente los filtros de las distintas fuentes que intervienen en la información del cambio climático. La construcción científica del significado del cambio climático es filtrada por: políticos, medios de comunicación, grupos empresariales, ONGS, la propia ciudadanía, etc., que pueden amplificar o reducir los resultados científicos en función de su percepción. En el caso de los grupos empresariales con intereses, mantienen una dinámica de mantener el statu quo y la estructura del actual sistema. Ello les dificulta para disponer de una mayor capacidad de atención de la realidad

biofísica en el reconocimiento del impacto antropogénico y la virulencia del cambio climático. (Fernández, 2010)

El Miedo

El uso del miedo es también una realidad que se ve representada en la imagen o contenidos que ofrecen los medios de comunicación. Cuando se habla de inseguridad social, de problemas políticos, en general, se utiliza el miedo para generar acciones en la población. Uno de los ejemplos más relevantes es la influencia que tienen los medios en la percepción social de la violencia, diariamente saturan a las personas de un sin número de actos delictivos que pasan a su alrededor, provocando que la gente mantenga prevenida o incluso con temor al salir a la calle

La imagen que un ciudadano cualquiera puede componerse sobre la criminalidad en su país depende, sin duda en primer lugar, de su propia experiencia como víctima o de la de sus allegados. En su defecto se convierten en fuente principal las noticias que difunden los medios en relación con la delincuencia, cuando no el mero rumor sobre la experiencia de otro. (Soto, N, 2005, p.3)

Pero el rol de la imagen dentro de los medios de comunicación no es creado vagamente y sin ningún fin, todo ese fenómeno está asociado con unos intereses que tienen los medios de comunicación con el estado.

Pero los medios de comunicación ofrecen una visión deformada de la realidad delictiva de un país. Pueden iniciar la cobertura de una supuesta ola de delitos, con independencia de los índices que aportan los datos oficiales, e igualmente ponerle fin. Este fenómeno ficticio produce, sin embargo, consecuencias muy reales: aumento de efectivos policiales, reformas legislativas o costes políticos elevados, como la posible pérdida de unas elecciones si los ciudadanos creen, con base o sin ella, que el Gobierno no puede controlar la delincuencia. (Soto, N, 2005, p.3)

Sin embargo, para generar acciones para el beneficio del medio ambiente, se necesita ir más allá del uso de ese temor, es necesario sincerarse con la población y mostrar la problemática como realmente es, permitiendo una mejor comprensión y la búsqueda de solución a corto, medio y largo plazo.

“Muchas campañas reales siguen basándose principalmente en esta emoción. Del mismo modo, numerosos investigadores han puesto de relieve la importancia de proporcionar directrices específicas para aumentar el control del comportamiento percibido. Bamberg y Moser (2007)

12.3 Percepción e identidad

Según la Psicología clásica de Neisser, “la percepción es un proceso activo-constructivo en el que el receptor, antes de procesar la nueva información y con los datos archivados en su conciencia, construye un esquema informativo anticipatorio, que le permite contrastar el estímulo y aceptarlo o rechazarlo según se adecue o no a lo propuesto por el esquema. Se apoya en la existencia del aprendizaje”.

En efecto, la identidad se origina dentro de ese aprendizaje que se da luego del acto perceptivo, cuando las personas entienden y tienen conocimiento en este caso de lo que es el cambio climático, podrían construir una identidad en donde la preservación de los recursos naturales sea una realidad diaria que deban tener en cuenta. Para esto, se necesita además que las personas sean conscientes de que no todo lo que ven en la televisión representa a la realidad y que algunas veces lo que se muestra como el mal que invade a la sociedad, puede tener una realidad totalmente contraria.

“...La televisión introduce generalmente una sanción moral cuando ilustra la realidad. En el relato televisivo están implícitos criterios normativos que sirven a la televisión para prohibir y alentar, bendecir o rechazar unas formas de vida u otras, unos u otros comportamientos”. Serrano, M. (1981).

Si desde los medios se brinda información que permita a los ciudadanos crear conocimiento, en consecuencia, a ello generarán acciones que permitan la mejora de lo que se ven expuesto. En este sentido, es necesario que las personas tengan una percepción cercana de lo que es el cambio climático y sus afectaciones, esto permitirá que se identifiquen con la problemática.

Como reconoce la periodista ambiental María Josep Picó, “el cambio climático sigue siendo percibido mayoritariamente como fenómeno global y no local. Es preciso que los medios lo vinculen a la vida cotidiana de los ciudadanos”. (Lorena, 2009, 53)

Existe una dificultad de la población para entender cómo el cambio climático afecta y se proyecta a escala local. Este fenómeno, conocido como “hipermetropía”, es “una de las claves para entender la percepción amortiguada de las amenazas para la vida cotidiana que pueden derivarse del cambio climático y tiene también mucho que ver con la dificultad para identificar nuestras responsabilidades, individuales y colectivas, tanto en la generación del cambio climático como en la adopción de acciones de respuesta al mismo. (Fernández 2010)

Para hacer posibles acciones que favorezcan a la conservación ambiental y que eventualmente minimicen posibles estragos en consecuencia del cambio climático, es necesario crear una cultura ambiental, haciendo que las personas sean conscientes de la problemática y construyan pensamientos para brindar soluciones oportunas a esta problemática ambiental. “la identidad por lo tanto está relacionada con la experiencia cotidiana, no es algo establecido, sino que se va construyendo a lo largo de la existencia del individuo a través de la relación con otros individuos” (Almendras2015).

De acuerdo con lo citado es importante que desde los medios de comunicación se fomenten prácticas y valores de conservación ambiental, pues estas son determinantes para que la sociedad genere una identidad racional frente a los fenómenos climáticos que asedian al mundo, dichas prácticas y valores que forman los individuos serían reflejados en sus hábitos y estilos de vida.

13. Metodología

Para medir la percepción ambiental que tienen los estudiantes de noveno semestre de Comunicación Social - Periodismo en la Corporación Universitaria Minuto de Dios, desplegamos un conjunto de estrategias que permitan realizar la investigación de forma correcta.

Para el desarrollo de este trabajo, se tomará el enfoque cualitativo, porque se aborda el tema de una realidad climática, que afecta la población, dando razón de manifestaciones de esta misma, de igual manera se recogerá la información que solucione el problema y que por ende se alcance los objetivos propuestos.

13.1 Enfoque, tipo, diseño, alcance, estrategia

El enfoque de esta investigación cualitativa de tipo interpretativo semiótico porque partirá del análisis y comprensión de la información recolectada para la solución de dicho problema y también será hermenéutico porque se interpretarán textos que ayuden al desarrollo del trabajo, tomándose como fuentes o referencias.

El tipo de estudio a desarrollar será descriptivo ya que se abordará la percepción de las personas, para comprender cómo la información de los medios les permite generar conciencia de la problemática que se aborda. De este modo se pretende avanzar en el desarrollo de la investigación y el cumplimiento de los objetivos, describiendo la realidad y los elementos que lo conforman, así mismo suministrando información cualitativa, que consentirán las herramientas de análisis.

Una investigación descriptiva tiene componentes cualitativos que permiten ahondar en un contexto y las experiencias que los individuos tienen allí, lo que ayuda a interpretar la realidad con la visualización del aprendizaje que adquieren de las mismas, lo que ayuda a la comprensión de la realidad haciendo énfasis en lo subjetivo, lo vivenciado y la interacción de los individuos. “La selección del tipo de investigación es el inicio de un proceso de conocimiento de la realidad a la cual debe accederse, determinando el concepto de la realidad y la intencionalidad investigativa que se posee, respetando los límites impuestos por la naturaleza del objeto de estudio (...)” (Vélez, 2015). S.

El diseño es narrativo fenomenológico porque las herramientas a utilizar partirán de la opinión y entrevistas que se realizarán a los sujetos de la investigación, lo cual permite un avance claro y conciso, a partir de estas técnicas semiestructuradas se lograría recolectar información importante dentro de la población que ayuden con análisis y resultados del proceso investigativo.

13.2 Ruta metodológica

Objetivo específico	Categorías teóricas	Categorías metodológicas	Elementos empíricos observables	Técnicas
----------------------------	----------------------------	---------------------------------	--	-----------------

<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las principales imágenes de cambio climático en los medios masivos de televisión 	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de Comunicación • Imagen de Cambio Climático • Percepción e Identidad 	Recolección de información	Campañas Propagandas Producto audiovisual	Observación directa Rastreo Exploración bibliográfica Exploración a contenidos televisivos
<ul style="list-style-type: none"> • Analizar los componentes de interés de la imagen de cambio climático difundida por los dos medios seleccionados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de Comunicación • Imagen de Cambio Climático • Percepción e Identidad 	Recolección y análisis de información	Noticias Nacionales e Internacionales imágenes sucesos trascendentales	Observación Análisis Evaluar componentes de los contenidos

<ul style="list-style-type: none"> Indagar sobre la percepción ambiental que crea el estudiante Comunicación Social - Periodismo de noveno semestre de la Corporación universitaria Minuto de Dios 	<ul style="list-style-type: none"> Medios de Comunicación Imagen de Cambio Climático Percepción e Identidad 	Participación sujetos de la investigación	Percepción de los estudiantes	Entrevista Encuestas de opinión Grupos de debate Grupos de análisis y evaluación
<ul style="list-style-type: none"> Determinar si hay o no una identidad ambiental en los estudiantes al percibir las imágenes del cambio climático 	<ul style="list-style-type: none"> resultados 	Etapa final	Relación entre la fuente y los sujetos de investigación	Análisis Conclusiones

13.3 Sujetos de investigación

Como se mencionó al inicio de la investigación, los sujetos o población dentro del proceso investigativo serán los estudiantes de noveno semestre de Comunicación Social -Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios. Una población seleccionada minuciosamente por tener unas características importantes, mencionadas en el perfil del programa profesional.

Serán Comunicadores Sociales - Periodistas, con énfasis especial en comunicación participativa ciudadana y en periodismo. Profesionales competentes para comprender, analizar e interpretar la realidad (social, política económica, cultural y ecológica) y gestar, procesar difundir y socializar la información de interés público a través de los diferentes medios de información y comunicación. Capaces de incidir de manera significativa en la transformación social con sentido crítico, ético y responsable (Perfil profesional, 2017)

Se pretende realizar un análisis de la percepción ambiental que crean estos estudiantes a través de la imagen del cambio climático presentada en los medios de televisión colombiana, en consecuencia, a ello, comprenderemos el papel de la imagen de C.C para generar conciencia de conservación ambiental en la población seleccionada. Así mismo, como c su perfil profesional lo indica, su formación para la interpretación de la realidad permitirá abordar la temática desde diferentes ejes de análisis.

13.4 Fuentes de información

Las fuentes de información dentro de este proceso investigativo proporcionaran material sumamente importante para alcanzar los objetivos plateados. Desde revistas científicas, libros, periódicos, instituciones públicas y privadas, entre otras, brindaran información actualizada y ordenada.

“La noticia sería entonces la narración de un hecho verdadero e inédito que destaca por su singularidad; un producto audiovisual cuyo objetivo es acercar el mundo a los espectadores, para que estos puedan formarse una opinión acerca de lo que ocurre en un entorno. Sería un suceso interpretado”. Canga, M. (2007). Por esta razón, se tomarán todo tipo de elementos

audiovisuales presentados en los distintos canales de televisión masiva en Colombia, bien sea reportajes, propagandas, noticias, imágenes que vayan de la mano y tengan relación con el problema investigativo.

De manera secundaria, las redes sociales también nos permitirán conocer cómo es la interacción entre el público y los contenidos climáticos que ahí se difunden, de esta manera se abarcará de una forma más amplia la investigación, permitiendo mejores resultados en el desarrollo del proceso investigativo.

13.5 Técnicas e instrumentos

En la investigación científica, las técnicas son el conjunto de herramientas que permiten la recolección de información del trabajo. De este momento, dentro de la presente investigación se tomará como instrumentos, la elaboración de fichas bibliográficas, la encuesta, observación sistemática, análisis de contenidos relacionados con la problemática y grupos focales o de discusión que proporcionen resultados concretos.

14. Cronograma

Dentro del proceso investigativo la construcción del cronograma permite tener un orden de actividades y fechas que se establecerán para la elaboración de los resultados, de este modo la presente investigación plantea con precisión cuáles son esas actividades que serán realizadas y que van de la mano con los objetivos.

ACTIVIDADES	FECHAS			
	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
Recolectar los contenidos audiovisuales de cambio climático difundidos más relevantes en los medios de televisión masiva en Colombia en el periodo				

2007-1				
Analizar los contenidos seleccionados (si estos presentan elementos de distinción que ayuden al avance investigativo)				
Seleccionar los estudiantes que puedan contribuir para el avance de la investigación. (estudiantes de noveno semestre)				
Realizar una encuesta para los estudiantes de noveno semestre de la Corporación Universitaria Minuto de Dios. Luego realizar un grupo focal con los contenidos que fueron recolectados en los medios televisivos, estos serán presentados a los estudiantes.				
Elaborar los resultados de la investigación a partir del análisis de los elementos anteriores.				

15. Análisis y Resultados

Después de aplicar las técnicas e instrumentos de recolección en las distintas fechas programadas, se hizo necesario analizar y estudiar la información con base a los objetivos planteados al inicio de la investigación, así se determinaría la relación entre los sujetos de la investigación, las fuentes, categorías, entre otros elementos del contexto.

A continuación, se presenta la encuesta realizada a los estudiantes.

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. 1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

Mark only one oval.

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other: _____

2. 2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

Mark only one oval.

- Sí
- No

3. 3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

Check all that apply.

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. 4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

Mark only one oval.

- Sí
- No

5. 5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

Mark only one oval.

- Inundaciones
- Deslizamientos
- Radiación solar
- Enfermedades
- Other: _____

6. 6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

Mark only one oval.

- Sí
 No

7. 7. ¿Cómo percibió las imágenes?

8. 8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

Mark only one oval.

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. 9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

Mark only one oval.

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. 10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

Mark only one oval.

- Caracol
 RCN
 Canal Uno
 Tele Antioquia
 CityTv
 Other: _____

11. 11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

Mark only one oval.

- Desinterés
 Preocupación
 Tristeza
 Lástima
 Deseo de compartirlo con alguien más
 Interés sobre cómo ayudar

12. **¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?**

Mark only one oval.

- Sí
 No
 Tal vez

13. **Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?**

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

15.1 Recolección de contenidos audiovisuales

En relación con el objetivo “identificar las principales imágenes de cambio climático en los medios masivos de televisión”, desde la ruta metodológica y a través de la técnica de exploración y rastreo a contenidos televisivos más relevantes en los medios de televisión masiva en Colombia en el periodo 2007-1 y algunas importantes del año anterior, se hizo una búsqueda exhaustiva de este material.

Durante los últimos meses del 2016 y el primer periodo de 2017, Colombia pasaba por una temporada lluviosa, por lo que los principales medios de comunicación registraban los sectores más afectados por las innumerables lluvias que invadían el país. El desbordamiento de ríos, inundaciones, pérdida de cultivos y vivienda eran algunos de los contenidos más relevantes dentro de la franja de noticias en los diferentes medios de comunicación. Y mientras algunas ciudades se inundaban, otras como Medellín y Bogotá, presentaban sus más altos índices de contaminación en el aire. Y en departamentos como La Guajira, continuaba la sequía e incrementaba la muerte de niños al no tener sus necesidades básicas.

Las noticias eran constantes. El hecho de que muchas personas se vieran afectadas a través de los distintos fenómenos climáticos hizo que las audiencias percibieran las imágenes televisivas que emitían los diferentes canales, como representaciones reales que merecían atención.

Mediante el rastreo noticioso, se seleccionaron 14 noticias, cuyas imágenes son representativas para el análisis investigativo, y las cuales serán presentadas a los estudiantes para así interpretar su percepción frente a estas.

Esneyder Negrete, periodista de Confidencial Colombia, mencionaba a través de una entrevista que dio durante el proceso de investigación, que “cuando se publican o emiten noticias relacionadas con los efectos del cambio climático, sin duda atraen la atención de la gente y más si esa noticia dejó víctimas; pero estas tienen a olvidarse en poco tiempo, la gente tiene poca memoria del cambio climático”.

De la misma manera, es pertinente hacer referencia a lo dicho por los diferentes autores, quienes ya se mencionaron en alguna parte de la investigación

Hidalgo Villodres, Casado Castro y García-Leiva (2014) mencionan que “las campañas de comunicación llegan a grandes audiencias, pero su eficacia es a menudo cuestionada. Se necesitan más estudios para comprender mejor cómo desarrollar campañas más efectivas”

15.2 Análisis de los componentes de la imagen

De acuerdo con el objetivo específico “analizar los componentes de interés de la imagen de cambio climático difundida por los dos medios seleccionados”, a través de la técnica de observación a los diferentes contenidos como noticias nacionales e internacionales, sucesos trascendentales, entre otros, se logró evidenciar diferentes elementos del cambio climático en el material encontrado.

Como se mencionó antes, se hizo el análisis de material audiovisual; luego se escogieron 14 notas referentes a sucesos de cambio climático, todas ellas difundidas a través de los medios de televisión masivos en Colombia.

Las principales características para incluir los contenidos noticiosos a la investigación, es que eran sucesos netamente relacionados con cambio climático, noticias que tuvieron relevancia durante el año 2016 y el primer periodo del 2017, etapa en la que Colombia y otros lugares del planeta pasaban por ciertos episodios de inundaciones, sequía, deslizamientos, incendios, entre otros.

15.3 Percepción ambiental

En relación con el objetivo, “indagar sobre la percepción ambiental que crea el estudiante Comunicación Social - Periodismo de noveno semestre de la Corporación Universitaria Minuto de Dios”, se realizó en una primera fase, una encuesta para comprender la percepción que tiene la población seleccionada. De esta manera, se desprendieron una serie de preguntas que ayudaron al análisis y la interpretación de la problemática. Como segunda y fase final, se realizó un grupo focal donde se proyectaron una serie de imágenes del cambio climático para comprender de primera mano cómo es la percepción de los sujetos de la investigación.

A continuación, se incluyen algunos gráficos que pueden servir como referentes sobre los indicadores de percepción y conciencia ambiental dentro de la población, en relación con las fuentes de información dentro del proceso investigativo.

15.3.1 Fase 1: encuesta

Gráfico 1: principal causa del cambio climático

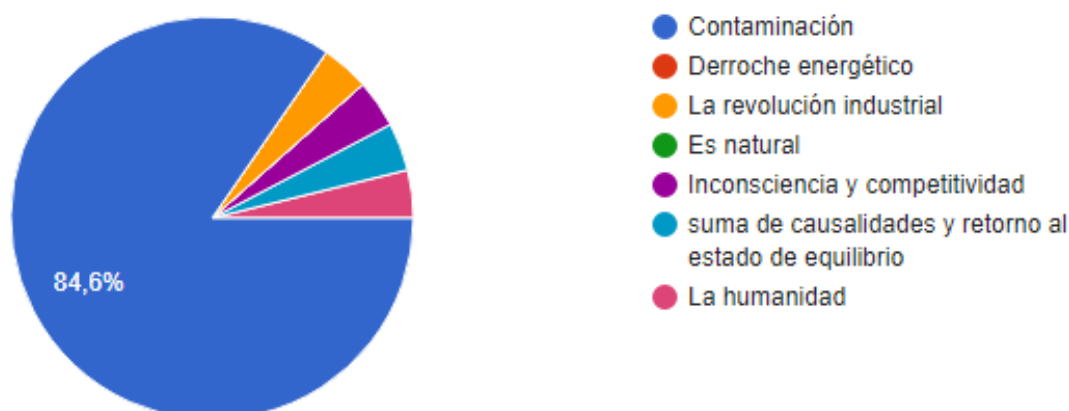


Ilustración principal causa del cambio climático

Fuente: elaboración propia. Encuesta realizada a los estudiantes (18/10/2017)

Con un total de 26 personas que contestaron la encuesta, a la pregunta “¿cuál cree que es la principal causa del cambio climático?” el 84.6 % de los estudiantes contestaron que la principal razón del cambio climático que actualmente se vive en el mundo es la contaminación. El resto de la población se divide de esta manera: un 3,8 % cree que es gracias a la revolución industrial, 3,8 inconsciencia y competitividad, además de otras causas que tienen el menor porcentaje.

Es necesario analizar entonces la respuesta mayoritaria de la población. La contaminación en relación con el medio ambiente es un panorama real del cual la gente tiene conocimiento, y actualmente se conoce como una de las principales causas de las diferentes problemáticas ambientales, entre estas el cambio climático.

“La contaminación es la presencia en el ambiente de sustancias o elementos dañinos para los seres humanos y los ecosistemas. Existen diferentes tipos de contaminación, pero básicamente se pueden dividir en: contaminación del aire, contaminación de suelos y contaminación del agua”.
(Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte)

Gráfico 2: La imagen de cambio climático

A la pregunta “¿ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del cambio climático?”, los estudiantes respondieron de esta manera:

26 respuestas

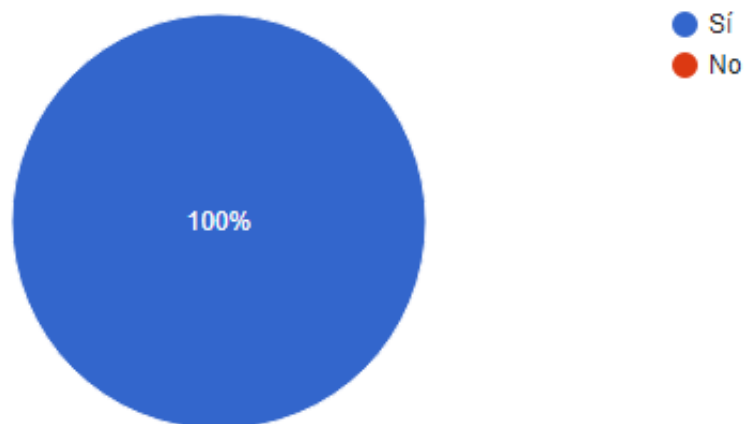


Ilustración visualización de la imagen de cambio climático

Fuente: elaboración propia. Encuesta realizada a los estudiantes (18/10/2017)

Dentro de una sociedad en la tecnología ha logrado unos avances increíbles, desde la robótica, la telefonía móvil, el internet de banda ancha, la redes sociales, las pantallas planas, videos en alta definición, navegación GPS, entre otras grandes creaciones que permiten que las personas estén contestadas y consumiendo diferentes contenidos la mayoría del tiempo, la respuesta del 100% de la población es acertada, debido a que siempre van a observar imágenes de la problemática climática así no la estén buscando.

Gráfico 3: Fuente de acceso a la información

A la pregunta ¿a través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa? Los estudiantes respondieron así:

26 respuestas

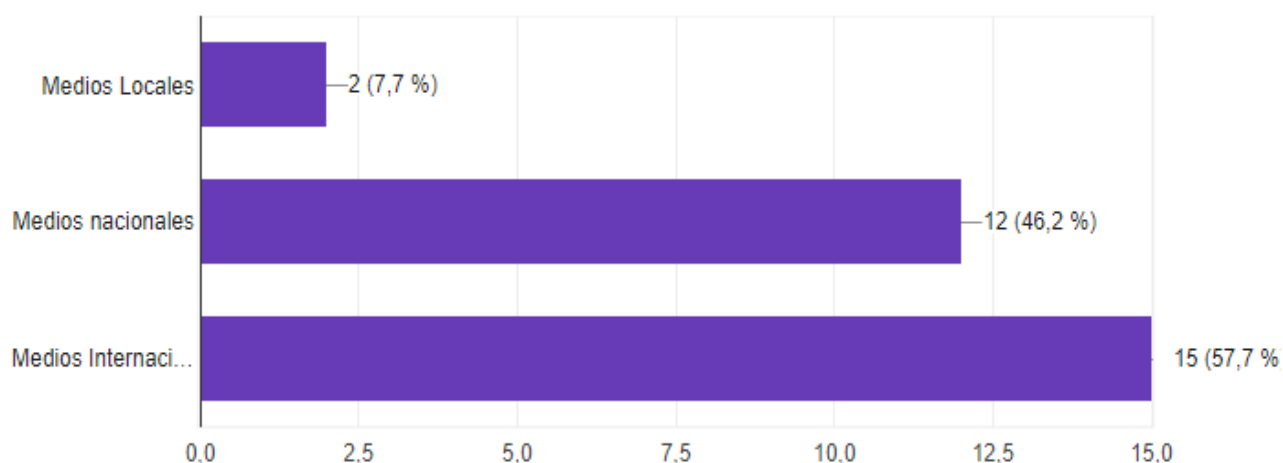


Ilustración Fuente de acceso a la información

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a los estudiantes (18/10/2017)

Respecto a la pregunta existe un porcentaje alto entre 2 repuestas; los medios internacionales con un 57,7 % y medios nacionales que registra un 46,2 %, pero ¿cómo puede analizarse esta repuesta?

Como reconoce la periodista ambiental María Josep Picó, “el cambio climático sigue siendo percibido mayoritariamente como fenómeno global y no local. Es preciso que los medios lo vinculen a la vida cotidiana de los ciudadanos” (Lorena, 2009, 53).

Aunque el 46, 2% indican que se han enterado del cambio climático a través de medios locales, un mayor rango menciona que ha sido por medios internacionales, lo que demostraría que las personas perciben este fenómeno como algo global, pero que netamente no está pasando cerca de ellos. Por eso es necesario que las personas tengan una percepción cercana de lo que es el cambio climático y sus afectaciones, esto permitirá que se identifiquen con la problemática.

Gráfico 4: Afectados

¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

26 respuestas

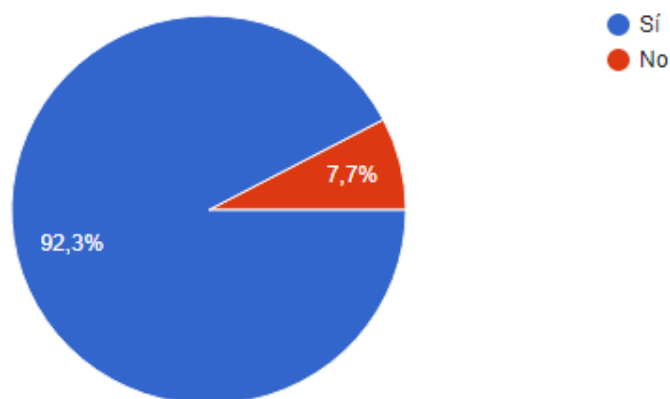


Ilustración 4 Afectación

Fuente: elaboración propia. Encuesta realizada a los estudiantes (18/10/2017)

Los estudiantes de noveno semestre de Comunicación Social – Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Seccional Bello, manifiestan en un 92,3 % que se han visto afectados por el cambio climático. Es necesario mencionar que algunos de ellos viven en zonas aledañas a la ciudad de Medellín y otros vivieron durante un largo periodo en otros municipios del país que fueron y siguen siendo afectados por el cambio climático.

El 7,7 % de los estudiantes no se han visto afectados por la problemática.

Aunque gran parte de la población se ha visto afectada, los grandes efectos del cambio climático siguen siendo percibidos mayormente como un fenómeno global y no cercano, como se mostrará en más adelante en el análisis de las repuestas.

Gráfico 5: Tipo de afectación

A la pregunta “¿qué hecho del cambio climático lo ha afectado?”, los estudiantes respondieron de esta manera:

26 respuestas

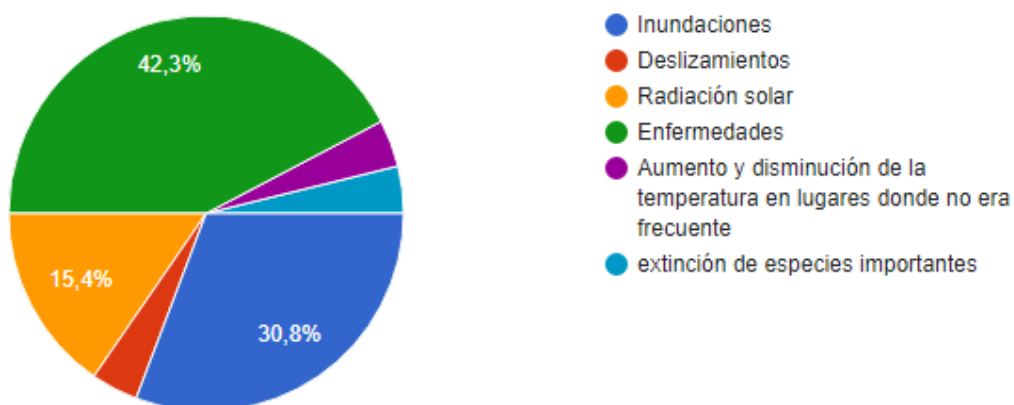


Ilustración 5 Tipo de afectación

Fuente: elaboración propia. Encuesta realizada a los estudiantes (18/10/2017)

El 42,3 %, representado con el color verde, dice que se ha visto afectado a causa de las enfermedades que genera el C.C. El 30,8%, representado con el color azul oscuro, por inundaciones y el 15,4% se ha visto afectado a consecuencia de la radiación solar. Las otras respuestas presentan un menor porcentaje y aunque son igualmente importantes no serán analizadas detalladamente.

Según una publicación de la revista semana se afirma que:

Colombia no se queda atrás. A pesar de no ser uno de los países que más contribuyen al cambio climático tiene su cuota de responsabilidad puesto que, aunque no emite grandes cantidades de gases de efecto invernadero, sí ha dejado perder miles de hectáreas de bosque que produce el oxígeno del planeta. Por otro lado, el país es uno de los más vulnerables del

mundo a los efectos de este fenómeno, una situación que se ha visto en el impacto cada vez mayor de las inundaciones y las sequías. (Semana, 2017)

A esto se suman otras situaciones como las enfermedades y la radiación solar que han afectado a la población estudiantil de noveno semestre de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Seccional Bello, y sin duda a muchas personas que no hacen parte de la institución.

Gráfico 6: Cubrimiento medios de comunicación

La pregunta relacionada con el presente gráfico, “¿hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta número 7)” como se observa también tiene relación con la pregunta-gráfico número 5.

25 respuestas

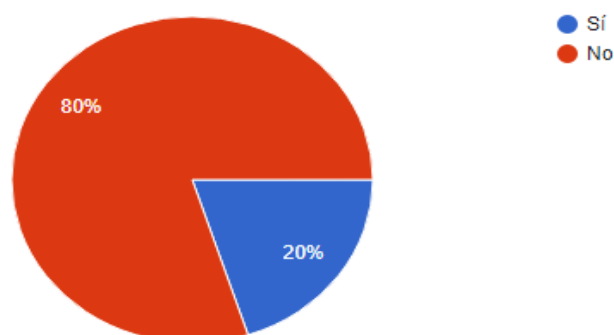


Ilustración 6 Cubrimiento noticioso

Fuente: elaboración propia. Encuesta realizada a los estudiantes (18/10/2017)

Los estudiantes respondieron en un 80% que no hubo cubrimiento del hecho que los afectó a través de los medios de comunicación, pero es necesario resaltar que en la pregunta-gráfico número cinco el 42,3 % de la población se vio afectados por enfermedades que les generó el cambio climático.

El cambio climático y sus efectos a corto y largo plazo sobre la vida humana, es uno de los temas que ha despertado mayor interés en diferentes disciplinas científicas. Aunque en el seno de la psicología no existen investigaciones sobre esta temática, resulta evidente que los cambios en el ambiente tienen impacto sobre el bienestar de las personas. (Novión y Estrada 2011)

Según la Organización Mundial de La salud (OMS), las principales enfermedades que se dan por el cambio en el clima son: enfermedades cardíacas y respiratorias, paludismo, hipotermia, fiebre, dengue, fiebre amarilla, paracitos intestinales, entre otras, que en la mayoría de los casos se contagian y son vagamente difundidas por los medios de comunicación.

El 20% respondieron que sí a la pregunta, lo que sirve para el análisis de la pregunta-gráfico número siete.

Gráfico 7: Percepción

Respecto a la pregunta-gráfico número seis donde el 20% de los estudiantes respondieron que los medios sí brindaron información acerca del hecho que a ellos los afectaba, mediante el siguiente gráfico se muestra la descripción de la población sobre como percibieron las imágenes de los hechos a través de los medios de comunicación:

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

5 respuestas

La realidad
Hubo información parcial
Los medios actuan muy mal en relación al CC, dado a que lo cubren muy poco. El análisis que le hacen a los efectos del CC es practicamente nulo.
Los medios de comunicación no le dieron trascendencia
Poco ilustrativas

Ilustración 7 Percepción

Fuente: elaboración propia. Encuesta realizada a los estudiantes (18/10/2017)

Respecto a la percepción de los estudiantes que contestaron a la pregunta, sus repuestas están relacionadas. A pesar de que los medios mostraron la realidad, mencionaran que hubo información parcial. Los medios actúan mal en relación con el cambio climático, dado que lo cubren muy poco, es parcialmente nulo. No dan trascendencia y los contenidos son poco ilustrativos.

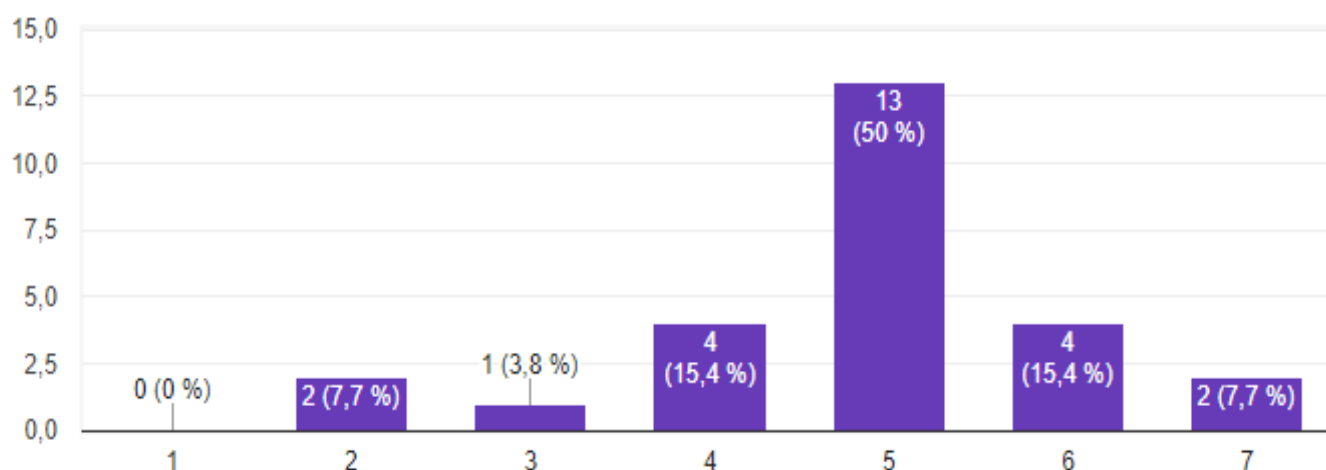
De acuerdo con lo anterior y la información brindada por los encuetados, se argumenta que los estudiantes manifiestan una inconformidad con los contenidos de cambio climático que ven a través de los diferentes medios de comunicación a los que tienen acceso.

En el texto teorías del conflicto, citado por Julia B. Corbett, Lindsay E, Young y Byron I. Davis, mencionan que: un considerable número de investigaciones sobre la opinión pública y las percepciones del riesgo del cambio climático. En general, se entiende mal el cambio climático y carece de prominencia personal y relevancia cotidiana (Bord, O'Connor y Fisher 1998; Ungar 2000). Bord, O'Connor y Fisher (2000) comprobaron que la gente está de acuerdo en que el cambio climático es un problema serio, y que el conocimiento de sus causas es la clave Principal para entrar en acción. (B. Corbett, Lindsay E, Young y Byron I. Davis 2011. Pg 7)

En efecto la gente comprende qué está pasando con el clima en la actualidad, por tal razón la mayoría de las veces les es fácil percibir cuando las imágenes son transcendentales y presentan una realidad latente.

Gráfico 8: Escala conciencia ambiental que generan las imágenes de cambio climático

26 respuestas



Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a los estudiantes (18/10/2017)

Ilustración Escala conciencia ambiental que generan las imágenes

Mediante la escala enumerada del uno al siete (siendo siete el nivel más alto), los estudiantes debían evaluar el grado de conciencia ambiental que les generan las imágenes de cambio climático.

El primer indicador, el más alto, revela que en el 50% de los estudiantes de Comunicación Social - Periodismo del noveno semestre en la Corporación Universitaria Minuto de Dios Seccional Bello, las imágenes les generan un nivel 5 de conciencia ambiental, esto representa que de cierta forma dichas imágenes provocan una capacidad de reconocimiento a la realidad climática.

Un segundo indicador que presentan un igual porcentaje, 15,4 % se ubica en el nivel 4 al igual que otro 15,4% de la población que se ubica en el nivel 6, ambos son representativos porque se sitúan dentro de la línea de conciencia ambiental que estimulan las imágenes de CC.

El tercer indicador de 7,7% de los estudiantes que creen que las imágenes de CC les generan un nivel 7 de conciencia ambiental, el nivel más alto.

Finalmente, el índice menor de la población se ubica en los niveles más bajos.

Según la RAE (Real Academia Española) la conciencia es “el conocimiento del bien y del mal que permite a la persona enjuiciar moralmente la realidad y los actos, especialmente propios” (RAE). Lo cual, en relación con la escala demuestra que las imágenes de cambio climático tienden a reconocerse como una realidad que genera conciencia ambiental en la población y quizá permita que los sujetos mejoren sus hábitos frente a la problemática.

Gráfico 9: Escala de responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

26 respuestas

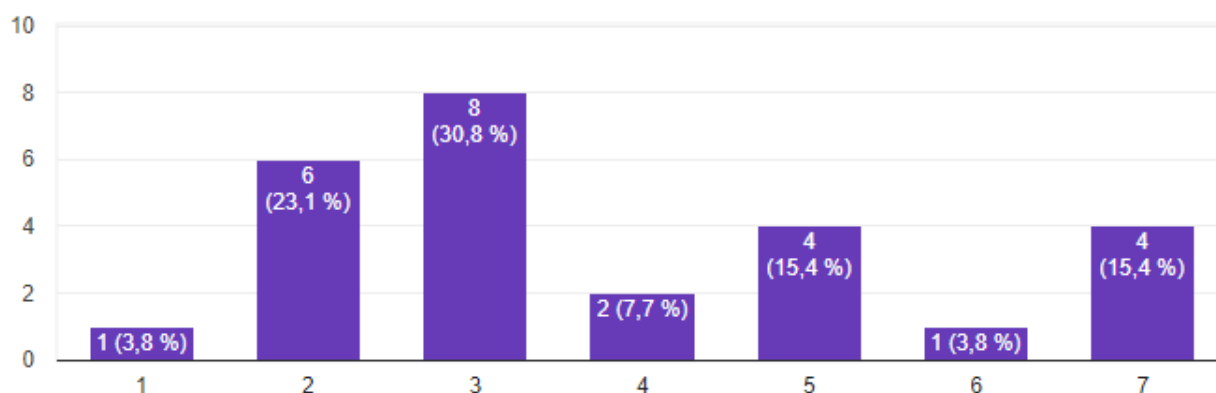


Ilustración Escala de responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a los estudiantes (18/10/2017)

A través de la escala, los estudiantes debían responder al interrogante: “en una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental.”

A pesar de que se pensaba que la población se inclinaría hacia el número mayor, determinando que la responsabilidad de los medios a la hora de generar conciencia ambiental debía ser alta, no fue así. Los índices de mayores porcentajes se ubicaron en el 2 con un 23,1% y en el número 3 con un 30,8. Lo que puede analizarse como que, gran parte de la población cree que el grado de responsabilidad que tienen los medios para generar conciencia ambiental es mínima.

Otro porcentaje se ubica dentro de la escala en el número 5 con 15,4% y en el número 7 con el mismo porcentaje 15,4%, lo cual se analiza como lo que ellos creen que debería ser el grado de conciencia ambiental que deben generar los medios de comunicación.

Gráfico 10: Medios de Televisión Nacional

25 respuestas

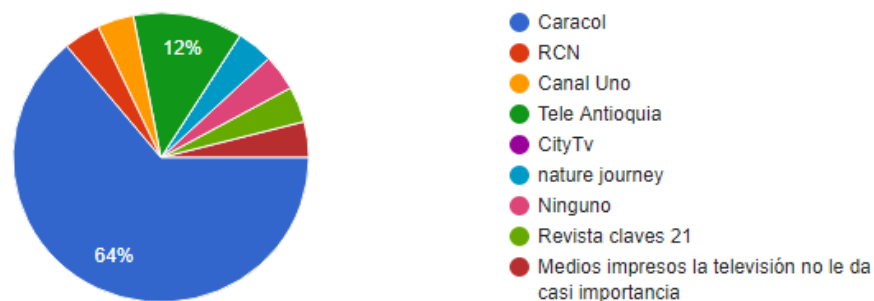


Ilustración Medios nacionales de acceso a información climática

Fuente: Elaboración Propia. Encuesta realizada a los estudiantes (18/10/2017)

A la pregunta ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país? Los estudiantes respondieron como se representa en el gráfico número 10.

El índice más alto con un porcentaje del 64% de la población estudiantil de noveno semestre en la Corporación Universitaria Minuto de Dios, respondió que el principal medio al cual acceden para informarse sobre eventualidades climáticas en Colombia, es el Canal Caracol. Es importante resaltar que todos estos medios se encuentran en formatos digitales, lo que permite un mayor acercamiento con los estudiantes.

Durante los primeros meses del 2017 el Canal Caracol lideraba los índices de audiencia en el país. En este mismo periodo “Noticias Caracol 12:30 (Caracol) se ubicaba con un / 5.7 de Ratin”. (Marín, 2017). Y aunque se ubicaba en el séptimo lugar era una cifra importante al compararse con los demás canales y sus noticias.

Otro porcentaje con 12% establece que los estudiantes se informan de las temáticas climáticas a través del Canal Teleantioquia, un medio regional donde la mayor parte del contenido noticioso se centra en contenidos de la región Antioqueña.

Gráfico 11: Tipo de reacción frente a contenidos climáticos

26 respuestas

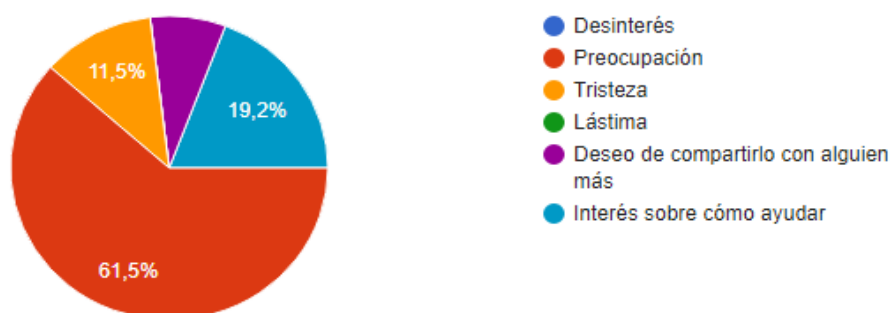


Ilustración Tipo de reacción frente a contenidos climáticos

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a los estudiantes (18/10/2017)

Como lo indica el gráfico número 11, los estudiantes debían contestar el tipo de reacción que les generan los contenidos de cambio climático que visualizaban a través de los medios de comunicación. Con un total de 26 personas que contestaron a la pregunta ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?, el 61,5% de la población dice que el tipo de reacción es **preocupación**.

El segundo porcentaje más alto indica al desinterés con un 19,2%. Lo que podría analizarse como que las personas al no sentir cercanía con las problemáticas climáticas cuando estas no suceden a su alrededor o no los afecta directamente, fácilmente pasan desapercibidas a su vista y no generan ningún tipo de reacción, bien sea a corto o mediano paso.

El 11,5% de la población estudiantil indica que la tristeza es otra reacción que generan dichos contenidos. Ya sea que lo perciban cerca o lejos, el cambio climático deja muchas consecuencias, vidas perdidas, pérdida de cultivos, inundaciones, entre otras, que en cierta forma atraen la atención de los ciudadanos generando tristeza.

Pero el desinterés no es solo por parte de la población que percibe el cambio climático, Leon (2013) afirma que “la ausencia de interés y relevancia periodística impide que los cambios climáticos obtengan una más grande y continua atención. Otro de los criterios habituales en el trabajo periodístico, el equilibrio también ha sido fuente de conflicto en el ámbito ambiental” (p11).

Gráfico 12: Aprobación tipo de reacción

26 respuestas

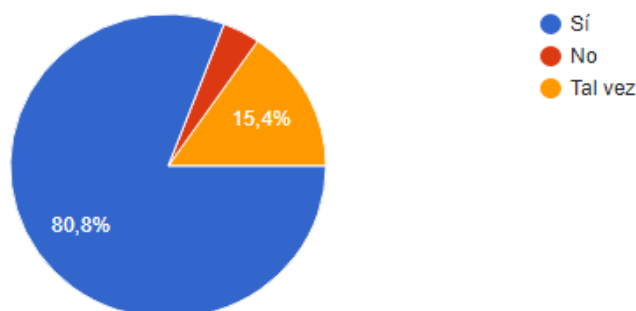


Ilustración Aprobación tipo de reacción

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a los estudiantes (18/10/2017)

A la pregunta “¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?” El 80,8% de la población indica que sí. Lo que se entiende como que gran parte de la población crea identidad ambiental respecto a dichos contenidos. Sin embargo, se hace necesario cuestionarse si esa identidad les permite general acciones ambientalmente responsables.

De acuerdo a lo explicado los estudiantes respondieron así:

26 respuestas

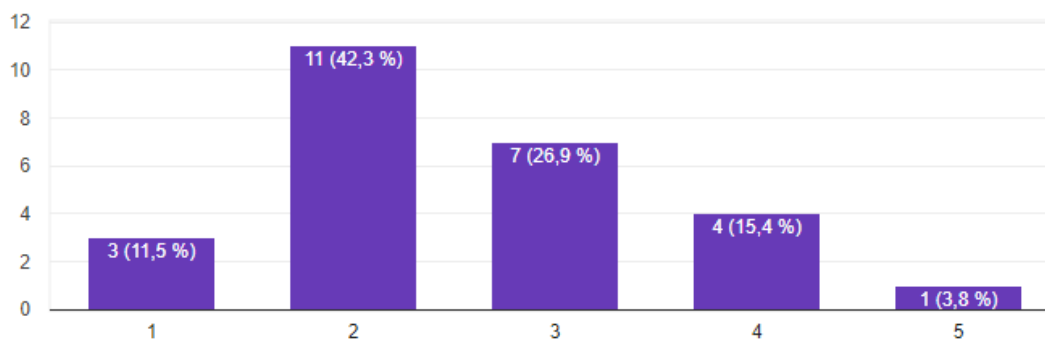


Ilustración Escala grado de identidad

Fuente: elaboración propia. Encuesta realizada a los estudiantes (18/10/2017)

De esta manera se sigue demostrando que existe un nivel de identidad alto frente a los contenidos de cambio climático, bien sean percibidos de forma cercana o no.

Además, el papel de los medios de comunicación, las redes sociales y la creación de diferentes movimientos relacionados son el tema, las personas conocen más acerca del cambio climático y sus efectos.

Danae Espinosa, mexicana, tiene 29 años, cofundadora de “Tlalocan Alliance” y miembro de “CLIC” asevera que la comunicación ha dado espacio para que los jóvenes se profundicen frente al cambio climático. “Afortunadamente espacios como las redes sociales, blogs han ayudado a que jóvenes de la región sean leídos y valorados por su capacidad de análisis plasmados en un artículo. Asimismo, la creación de movimientos, organizaciones y colectivos locales e incluso regionales en materia climática brindan apoyo y seguridad a los jóvenes para llegar más allá... (Lic. Patricio G. Roulier Pazos.2015)

15.3.2 Grupo focal

Se realizó un grupo focal en tres momentos. Esta técnica cualitativa permitió el análisis de la percepción del cambio climático de los estudiantes de Comunicación Social - Periodismo de noveno semestre en la Corporación Universitaria Minuto de Dios Seccional Bello.

Las imágenes que sirvieron para el ejercicio fueron principalmente de los medios de televisión Caracol y RCN, aunque en un principio se dijo que también se incluirían medios regionales o locales, las características de los contenidos emitidos a través de estos medios no estaban netamente relacionadas con el cambio climático.

De esta manera, se dividieron dichos contenidos noticiosos en 3 grupos para ser mostrados a la población e interpretar sus opiniones y actitudes.

Grupo 1:

Con la participación de cuatro estudiantes femeninas, se les mostraron 5 imágenes relacionadas con la temática de cambio climático.

Las imágenes para realizar el grupo focal se emitieron a través de diferentes noticias que fueron seleccionadas de un solo medio de televisión de gran audiencia nacional, y se mostraron de la siguiente manera:

Imagen 1



Fuente: www.Noticias.Caracoltv.com (14 /6/2016)

Imagen

2



Fuente: www.Noticias.Caracoltv.com (13/04/2016)

Imagen 3



Fuente: www.Noticias.Caracoltv.com (05/04/2016)

Imagen 4



Fuente: www.Noticias.Caracoltv.com (02/06/2017)

Imagen 5



Fuente: www.Noticias.Caracoltv.com (12/1/2017)

De esta manera, los estudiantes después de ver y analizar el contenido noticioso debían contestar a dos preguntas finales. Durante la observación los estudiantes se notaron bastante atentos, comprendieron la temática de manera rápida y se relacionaron con el tema.

La selección de un solo canal para que los estudiantes realizaran la observación de los contenidos, permitió que contestaran de forma clara a las preguntas que se les hicieron.

A la primera pregunta “¿Cree que los medios informaron de buena manera los sucesos?” Los estudiantes debían elegir en grupo una de las siguientes opciones:

- Sí
- No
- Tal vez
- Faltó más

A lo cual contestaron con la opción “faltó más”, perdiendo comprender que el hecho de que conocieran acerca del tema y siendo casi profesionales dentro de su carrera, les permite identificar cuándo una noticia es realmente profunda o con un contexto relevante.

Por último, los estudiantes debían responder de manera grupal a la pregunta “¿qué factor cree que es importante para que los medios de comunicación generen conciencia ambiental frente al cambio climático?”

Los estudiantes respondieron que “para que esto se dé, es necesario que los medios de comunicación tengan un espacio durante el noticiero para informar acerca del cambio climático de manera amplia, así generarían mayor impacto en la población”.

Su respuesta es bastante acorde con la problemática inicial, se entiende que en la mayoría de los casos los medios de comunicación solo se centran en el cambio climático cuando antes a sucedido alguna eventualidad, de lo contrario pasa a segundo plano.

Grupo 2:

Durante este grupo focal también se contó con la participación de cuatro estudiantes de noveno semestre de la carrera de Comunicación Social - Periodismo, esta vez entre hombres y mujeres.

Las noticias seleccionadas para este grupo fueron de fenómenos climáticos ocurridos en Colombia y emitidos por un solo medio de televisión masiva. Esto nos ayudó a establecer de qué manera los estudiantes perciben dichas imágenes y cómo las interpretan con relación al canal.

Las imágenes observadas por los estudiantes son las siguientes:

Imagen 6

Así ocurrió la tragedia en Mocoa

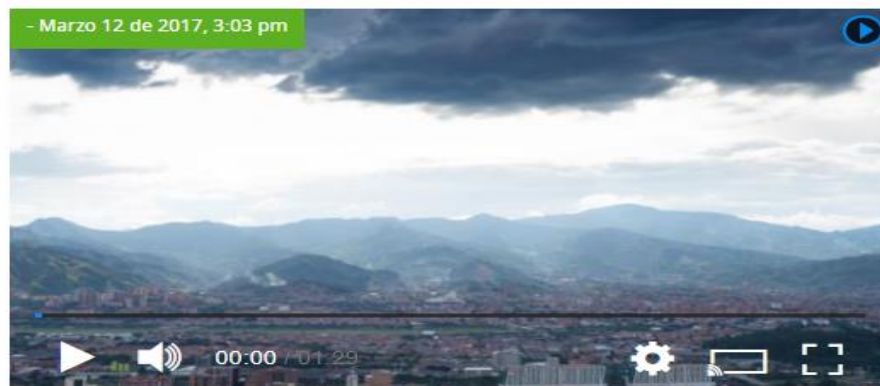
Las constantes y fuertes lluvias llevaron a que los ríos Sangoyaco, Mulato y Mocoa, todos ellos que bordean o atraviesan la capital de Putumayo, se desbordaran.



Fuente: www.NoticiasRCN.com (02/04/2017)

Imagen 7

Alerta naranja en Medellín por altos niveles de contaminación en el aire



Fuente: www.NoticiasRCN.com(12/03/2017)

Imagen 8

Emergencia por arroyos en Barranquilla



Septiembre 2 de 2016, 7:14 am

En la carrera 53 con calle 76 se registró una emergencia cuando una camioneta fue arrastrada por las aguas de un arroyo en la capital del Atlántico. Los dos ocupantes del vehículo lograron ser rescatados.

Fuente: www.NoticiasRCN.com (2/09/2016)

Imagen 9

Con video, el Ideam explica los posibles efectos del fenómeno de la Niña



Con el material se busca que las autoridades regionales tomen acciones preventivas ante el evento climático.

Fuente: www.NoticiasRCN.com (6/6/2016)

Imagen 10

Indígenas Wayúu denuncian una crítica situación por la falta de agua



Los pobladores de la región de la Guajira aseguran que deben realizar largas caminatas para encontrar un poco de agua.

Fuente: www.NoticiasRCN.com (20/01/2016)

Después de observar las imágenes, a la pregunta “¿Cree que los medios informaron de buena manera los sucesos?”

- Sí
- No
- Tal vez
- Faltó más

Los estudiantes no solo respondieron con la opción faltó más, sino que se centraron en la observación de la imagen 7, que estaba representada a través de un vídeo en el cual se daba evidencia del mal estado del aire en la ciudad de Medellín a causa de la contaminación. Los estudiantes manifestaron que de hecho esta fue una de las noticias de cambio climático que tuvo un registro continuo a través de los medios de televisión. Sin embargo, sintieron que faltó más a la hora de dar registro de la misma y generar mayor impacto en los televidentes.

Luego, a la pregunta “¿Qué factor cree que es importante para que los medios de comunicación generen conciencia ambiental frente al cambio climático?” Los estudiantes respondieron así:

Respuesta grupal: “No era necesario que el medio de televisión se centrara solamente en lo que pasó en torno a la tragedia, sino concienciar y hacer un análisis medio ambiental, las causas, consecuencias y posibles soluciones”.

Durante la respuesta anterior, el grupo mostró cierta intriga intentando comprender cuál debía ser el factor principal a la hora de emitir una noticia de cambio climático, si era más favorable mostrar la tragedia y sus consecuencias o sus posibles soluciones.

Esto nos permite analizar que la percepción del cambio climático dentro de la población les hace generar dudas frente a las imágenes que los medios de comunicación les brindan y ellos mismos logran comprender cuando éstas son emitidas de manera eficaz.

Grupo 3:

Finalmente, durante la realización de este grupo focal se presentaron imágenes de distintos medios de comunicación. Sin embargo, los estudiantes debían hacer el mismo análisis e interpretación de las mismas.

Las imágenes para la observación de los estudiantes fueron las siguientes:

Imagen 11



Fuente: www.Noticias.Caracoltv.com (12/03/2017)

Imagen 12



Fuente: www.Noticias.Caracoltv.com (28/03/2017)

Imagen 13

NoticiasRCN.com

Declaran calamidad pública en Cali por creciente del río Cauca



Fuente: www.NoticiasRCN.com (18/05/2017)

Imagen 14

Continúa la emergencia por inundaciones en Juanchito, Bolombolo y Honda



Fuente: www.NoticiasRCN.com (18/05/2017)

Los episodios emitidos a través de los medios, se presentaron durante el primer periodo del 2017, principalmente eran sucesos relacionados con inundaciones, deslizamientos, entre otros, que afectaban a Colombia en ese momento. Muchas personas como campesinos habían perdido sus cultivos, derrumbes afectaban la movilidad en varias zonas del país y en otras como en la Sierra Nevada de Santa Marta, el calor causaba más estragos.

Luego de observar e interpretar las imágenes y su contenido noticioso, los estudiantes respondieron a la pregunta “¿Cree que los medios informaron de buena manera los sucesos?”

La respuesta del grupo fue rotundamente “No”, manifestando que estas noticias solo se concentraban en lo que había sucedido y no en el porqué, evitando que las personas comprendieran mejor el suceso y actuaran de manera preventiva a otros posibles casos como esos.

Finalmente, a la segunda pregunta “¿Qué factor cree que es importante para que los medios de comunicación generen conciencia ambiental frente al cambio climático?”, los estudiantes contestaron:

“Mostrar verdaderamente las causas del problema del cambio climático y no solo las consecuencias, permitiría que nosotros como estudiantes tuviéramos una mejor percepción y más cercanía frente a él. Somos una generación que entiende que el problema del mal estado del medio ambiente es de nosotros y a veces necesitamos saber qué es lo que se debe hacer para frenar algunas cosas que enfrenta el mundo, y muchas veces los medios de comunicación no brindan esa información”.

En efecto, al analizar la respuesta de los estudiantes, se puede comprender que para ellos el cambio climático es una problemática real. Sin embargo, creen que los medios nos les permiten generar una conciencia ambiental y eso se debe a la falta contextualización frente a los contenidos emitidos.

En este caso, su respuesta se asemeja a la encuesta que se realizó, en donde la población también daba a entender este mismo factor.

16. Síntesis y Resultados

Es necesario realizar una síntesis de los resultados conseguidos en proceso investigativo, retomando los objetivos específicos planteados al comienzo e interpretar la información obtenida, con el fin de analizar si se dio respuesta con relación a los objetivos planteados.

Las principales imágenes de cambio climático en los medios de televisión masiva en Colombia están ligadas en la gran mayoría de los casos, a las consecuencias o los efectos que deja esta problemática. Las víctimas que dejaron, las pérdidas, los afectados, entre otros.

Es así como se evidencia la imagen de cambio climático a través de los medios de comunicación en Colombia.

Se encuentra que los componentes de interés en dichas imágenes, están relacionados con el amarillismo por parte de los medios televisivos seleccionados. En su análisis se percibe que las imágenes solo se representan a través de los daños que dejan los diferentes eventos relacionados con la temática climática. Sin embargo, no se evidencia en ellas la razón por la que se dan los acontecimientos o las posibles soluciones a los mismos.

Durante la investigación y con las técnicas desarrolladas para la recolección y análisis de la información, se evidencia que los estudiantes de noveno semestre de Comunicación Social - Periodismo, en la Corporación Universitaria Minuto de Dios Seccional Bello, interpretan con realidad los efectos del cambio climático tanto en Colombia como en el mundo. Sin embargo, como ellos mismos lo expresan, la mayoría de las veces perciben las imágenes climáticas como algo no tan cercano a ellos y creen que desde los medios de comunicación no les brindan la posibilidad de relacionarse con la problemática y así generar posibles soluciones.

El rol de los medios de comunicación frente al cambio climático es de gran importancia para generar conciencia ambiental en la población, si los contenidos noticiosos fueran más profundos y contextualizaran la información, ofreciendo alternativas para mitigar los sucesos, la población percibiría las imágenes de forma clara y disminuirían sus hábitos cotidianos que afectan al medio ambiente, generando así una identidad más fuerte de la mano con el cambio climático.

Para el campo de la Comunicación Social y el Periodismo, esta investigación sirve como interrogante en la formación de sus futuros profesionales, es decir, ayuda a comprender el poder de los medios de comunicación, en este caso, para generar acciones que mitiguen el crecimiento del cambio climático. Muestra además como a través de herramientas comunicativas se generará identidad frente una problemática que se hace más grande cada día y que es necesario frenar.

Los medios de comunicación deben considerar el cambio climático como una problemática que enfrenta no solo el país, sino el mundo desde los últimos años y que el único responsable es el hombre, y tal vez el único que pueda solucionarlo es él mismo, pero que necesita conocer a fondo el tema, para así generar herramientas para transformarlo.

17. Conclusiones

Es preciso reflexionar en las condiciones climáticas y ambientales lamentables que vive actualmente la sociedad. Es momento de analizar el papel de los medios de comunicación para generar transformaciones frente al tema, además se debe pensar en un nuevo modelo educativo que formen profesionales capaces de intervenir en el desarrollo sostenible que permita la conservación y protección de los recursos naturales.

Según las características del presente contexto investigativo se realiza a continuación un apartado de conclusiones con el fin de dejar claro el proceso y el cumplimiento de sus objetivos planteados:

- En Colombia la televisión se ha convertido en uno de los instrumentos tecnológicos primordiales para que las personas accedan a la información que estos brindan, por lo que existe un gran número de masas alrededor de sus contenidos, bien sean noticiosos o de entretenimiento.

En relación con los contenidos noticiosos de cambio climático se encontró que a raíz de la situación que actual vive el planeta, constantemente se emiten este tipo de contenido a través de los medios, por lo que la gente conoce la problemática y los efectos que deja.

- Las principales imágenes de cambio climático que se emiten en los medios de televisión, la mayoría de las veces son de problemáticas actuales que se viven en distintos lugares ya sean a nivel nacional o internacional. Sin embargo, el hecho de que se emitan precisamente en el momento en el que estás ocurren o después de que ocurrieron, hace que las imágenes solo sean momentáneas, dejando atrás el análisis y la comprensión del porqué sucedieron.
- En relación con el objetivo específico número dos, se concluye que, los componentes de interés encontrados en el análisis de las imágenes de cambio climático difundida a través de los medios de televisión, son precisamente la falta de compromiso por parte de los medios, en este sentido, los medios de comunicación tienen el mero interés de mostrar que fue lo que pasó, con contenidos carentes de investigación detallada de los fenómenos y posibles repeticiones de los mismos.

Es necesario que quienes hacen parte de todo el equipo que componen a los medios de comunicación, comprendan que el cambio climático es un problema serio al que se enfrenta la sociedad, y que ellos también tienen la responsabilidad de generar acciones transformadoras dentro de las grandes masas que consumen sus contenidos. Por lo tanto, si sus contenidos son claros, constantes y se representan a través de un análisis profundo, serán percibidos de la misma manera.

- Adentrándonos en la comprensión de percepción ambiental que crean los estudiantes de Comunicación Social – Periodismo de noveno semestre en la Corporación Universitaria Minuto de Dios Seccional Bello, se concluye que a pesar de que los estudiantes conocen la problemática y que incluso algunos se han visto afectados por diferentes fenómenos de esta índole. El cambio climático se percibe de manera lejana, esto quiere decir, que los estudiantes no sienten cercanía con los diferentes episodios climáticos que atraviesa el país.

Esto se interpreta gracias a las técnicas de recolección desarrolladas en el proceso investigativo, lo cual mostró que los estudiantes a pesar de que los contenidos climáticos generan reacciones en ellos, estos aún sienten que la falta de interés por parte de los medios al ser

responsables a la hora de emitir dichos contenidos con claridad, les imposibilita que la percepción ambiental que crean no sea mayor.

- Finalmente se encuentra que la reacción que les genera las imágenes de cambio climático a los estudiantes les permite crear una identidad ambiental, y sus acciones se incrementan paso a paso, es por esto que los medios de comunicación son de gran importancia para la transformación y desarrollo sostenible en la sociedad.

Esta investigación se basa en la reflexión frente a la problemática expuesta y busca encontrar soluciones que vayan de la mano con la formación de profesionales comunicadores sociales y periodistas que comprendan que tienen el poder de crear actitudes en la sociedad y que estas actitudes pueden ir relacionadas con el buen manejo de los recursos naturales.

Aunque existan intereses políticos que interfieran en la labor del periodista por informar la verdad, no deben nunca desistir de su ética profesional y de los valores, derechos y deberes que tienen con la sociedad.

18. Recomendaciones

La investigación realizada deja claro que los medios de comunicación son sumamente importantes en el fortalecimiento de la percepción ambiental de los sujetos, que aporta al desarrollo de la identidad, la conservación del medio ambiente y con ello la prevención del cambio climático.

Los contenidos como la imagen del cambio climático a través de los medios de comunicación son de gran significado para la población, a la hora de interpretar los sucesos y relacionarlos con sus acciones cotidianas. Mediante las diferentes manifestaciones de la imagen, como los reportajes, la noticia, los contenidos audiovisuales, entre otros, es posible que la población tenga más cercanía e impacto con la problemática climática.

A través de la Comunicación Social y el Periodismo se puede contribuir en la formación de sujetos socialmente responsables que crean en que tienen en sus manos una herramienta que

puede transformar la sociedad, que ellos tienen la información, pero la manera en la que se la dan al público contribuirá al cambio.

Además, desde el modelo educativo de las universidades que incluyen esta carrera, podrían agregar en sus pensum y sus distintas estrategias de enseñanza, algunos conocimientos de periodismo informativo, ética profesional, entre otros, que vayan de la mano con la formación ambiental que es tan necesaria en estos tiempos.

El sistema educativo en general, también puede generar aportes a la conciencia ambiental, incluyendo programas de prevención y conservación del medio ambiente a los cuales puedan acceder niños, niñas y adolescentes en los diferentes sectores.

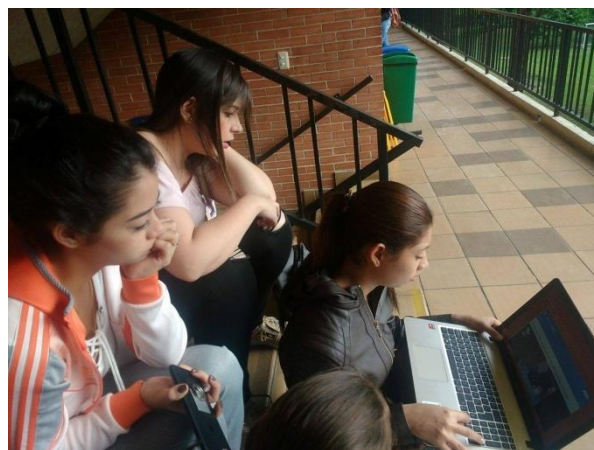
Desde los medios de comunicación se podrían implementar campaña, programas informativos específicos, estrategias de información, comerciales medioambientales y seguimiento a fenómenos relacionados con la problemática.

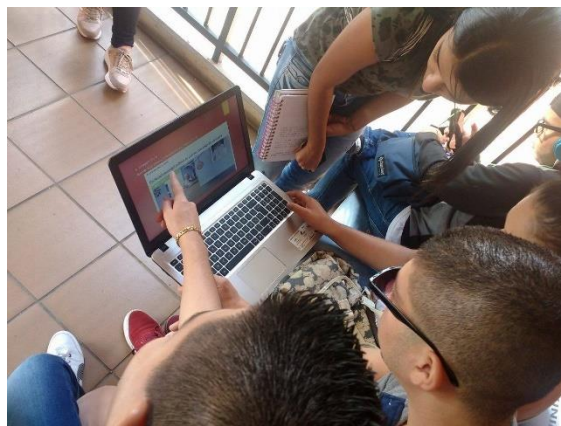
Por otra parte, el Estado y Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible puede fortalecer planes, programas y proyectos que influyan en la formación de valores a través de la conservación ambiental con el fin de contribuir al desarrollo de un medio ambiente sano. Tanto en las partes rurales, como citadinas podrían hacer proyectos de intervención en donde se enseñe a sus pobladores como usar los recursos de manera sostenible.

Los líderes, estudiantes y personas interesadas en esta problemática deben seguir aportando sus conocimientos al servicio de los demás, algunas veces el insistir en que las otras personas cambien sus comportamientos al cuidado del medio ambiente, puede ser molestos para la sociedad, pero gracias al papel de quienes se toman en serio esta problemática y luchan cada día por generar transformaciones en sus comunidades, instituciones y demás, han logrado grandes cambios y soluciones que se comprometen con el medio ambiente sano.

19. Anexos

Fotografías realizadas durante el grupo focal





Encuestas realizadas a estudiantes

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other:

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
 No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
 Deslizamientos
 Radiación solar
 Enfermedades
 Other:

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
 No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

.....

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- 1 2 3 4 5 6 7
-

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other:

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other:

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
 No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
 Deslizamientos
 Radiación solar
 Enfermedades
 Other:

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
 No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

.....

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other:

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other: Inconsciencia y competitividad

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
- No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
- Deslizamientos
- Radiación solar
- Enfermedades
- Other:

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
- No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

.....

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other:

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other: suma de causalidades y retorno al estado de equilibrio

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
- No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
- Deslizamientos
- Radiación solar
- Enfermedades
- Other:

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
- No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

.....

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other: nature journey

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other:

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
 No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
 Deslizamientos
 Radiación solar
 Enfermedades
 Other:

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
 No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

.....

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- | | | | | | | |
|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other:

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other:

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
- No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
- Deslizamientos
- Radiación solar
- Enfermedades
- Other: Aumento y disminución de la temperatura en lugares donde no era frecuente

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
- No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

La realidad

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other:

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other:

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
 No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
 Deslizamientos
 Radiación solar
 Enfermedades
 Other:

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
 No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

.....

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other:

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other:

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
- No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
- Deslizamientos
- Radiación solar
- Enfermedades
- Other:

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
- No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

.....

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other:

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other:

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
 No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
 Deslizamientos
 Radiación solar
 Enfermedades
 Other:

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
 No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

Hubo información parcial

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other:

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other: La humanidad

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
 No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
 Deslizamientos
 Radiación solar
 Enfermedades
 Other:

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
 No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

.....

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

- 1 2 3 4 5 6 7
-

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other: Ninguno.....

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other:

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
 No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
 Deslizamientos
 Radiación solar
 Enfermedades
 Other:

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
 No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

Los medios actuan muy mal en relación al CC, dado a que lo cubren muy poco. El análisis que le hacen a los efectos del CC es practicamente nulo.

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- | | | | | | | |
|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other:

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other:

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
 No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
 Deslizamientos
 Radiación solar
 Enfermedades
 Other:

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
 No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

Los medios de comunicación no le dieron trascendencia

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other:

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other:

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other: Revista claves 21

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other:

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
 No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
 Deslizamientos
 Radiación solar
 Enfermedades
 Other:

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
 No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

.....

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

- 1 2 3 4 5 6 7
-

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other:

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other:

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
- No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
- Deslizamientos
- Radiación solar
- Enfermedades
- Other: extinción de especies importantes

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
- No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

1	2	3	4	5	6	7
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other: Medios impresos la televisión no le da casi importancia

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other:

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

- 1 2 3 4 5 6 7
-

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other:

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other:

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
 No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
 Deslizamientos
 Radiación solar
 Enfermedades
 Other:

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
 No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

.....

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other:

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other:

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
 No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
 Deslizamientos
 Radiación solar
 Enfermedades
 Other:

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
 No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

.....

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other:

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other:

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
 No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
 Deslizamientos
 Radiación solar
 Enfermedades
 Other:

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
 No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

.....

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other:

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other:

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
 No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
 Deslizamientos
 Radiación solar
 Enfermedades
 Other:

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
 No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

.....

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other:

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other:

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
 No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
 Deslizamientos
 Radiación solar
 Enfermedades
 Other:

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
 No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

.....

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other:

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other:

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
 No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
 Deslizamientos
 Radiación solar
 Enfermedades
 Other:

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
 No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

.....

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other:

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other:

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
 No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
 Deslizamientos
 Radiación solar
 Enfermedades
 Other:

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
 No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

.....

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other:

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other:

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
 No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
 Deslizamientos
 Radiación solar
 Enfermedades
 Other:

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
 No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

.....

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other:

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other:

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
 No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
 Deslizamientos
 Radiación solar
 Enfermedades
 Other:

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
 No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

.....

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other:

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Encuesta de análisis- Cambio Climático y Medios de Comunicación

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación, al contestarla usted aprueba que sus respuestas se sometan al análisis y estudio dentro del proceso investigativo.

1. ¿Cuál cree que es la principal causa del cambio climático?

- Contaminación
- Derroche energético
- La revolución industrial
- Es natural
- Other:

2. ¿Ha visto a través de los medios de comunicación imágenes del CC?

- Sí
- No

3. ¿A través de cuáles medios de comunicación se enteró del cambio climático y los efectos que causa?

- Medios Locales
- Medios nacionales
- Medios Internacionales

4. ¿Se ha visto afectado por el cambio climático?

- Sí
 No

5. ¿Qué hecho del cambio climático lo ha afectado?

- Inundaciones
 Deslizamientos
 Radiación solar
 Enfermedades
 Other:

6. ¿Hubo cubrimiento por medios de comunicación sobre el hecho que lo afectó? (Si su respuesta es NO, omita la pregunta numero 7)

- Sí
 No

7. ¿Cómo percibió las imágenes?

.....

8. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe el grado de conciencia ambiental que le generan las imágenes de cambio climático

- | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. En una escala de 1-7 siendo 7 el nivel más alto, evalúe la responsabilidad de los medios de comunicación para generar conciencia ambiental

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿A cuál de estos medios de televisión nacional suele recurrir para informarse de las situaciones climáticas que atraviesa el país?

- Caracol
- RCN
- Canal Uno
- Tele Antioquia
- CityTv
- Other:

11. ¿Cuándo ve información de problemáticas climáticas qué tipo de reacción le genera?

- Desinterés
- Preocupación
- Tristeza
- Lástima
- Deseo de compartirlo con alguien más
- Interés sobre cómo ayudar

12. ¿Aprueba usted que el tipo de reacción que le generan las imágenes de cambio climático le permite crear una identidad alrededor de ellas?

- Sí
- No
- Tal vez

Desde su lugar como televidente de un determinado medio de comunicación ¿Cómo calificaría el grado de identidad que le generan las imágenes de cambio climático?

	1	2	3	4	5	
Bueno	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malo

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

20. Referencias

- Almendas. (2015). La “Identidad”, como una construcción cultural para la sociología. (pp.7- 66) recuperado de Sincretismos Sociológicos. Nuevos Imaginarios
- Anabela Carvalho. (2009). Culturas ideológicas y discursos mediáticos sobre la ciencia relectura de noticia sobre cambio climático. De INFOAMERICA_ICR_CARVALHO: Revista
- Anabela Carvalho. (2009). Culturas ideológicas y discursos mediáticos sobre la ciencia relectura de noticia sobre cambio climático. De INFOAMERICA_ICR_CARVALHO: Revista
- Artículo 95 constitución política de Colombia 1991
- Cohen, S. (1972). La teoría del pánico. Extraído de: <http://www.ruizhealytimes.com/cultura-para-todos/stanley-cohen-la-teoria-del-panico-moral>
- Cury & Scaricabarossi. (2015). Teoría de la Aguja Hipodérmica. Extraído de: <http://teocoms.blogspot.com.co/2007/09/teor-de-la-aguja-hipod-el-primer.html>
- Derecho a la Libertad de Expresión y de Prensa: Artículo 20 constitución de Colombia 1991
- Eco, Umberto. (1988). De los espejos y otros ensayos. Editorial Lumen
- El cambio climático global de Cecilia Sam (2013) Prezi
- El periodismo ante el cambio climático
- García, C. (2007). ¿Somos lo que vemos? identidades culturales y sociedad del espectáculo. *Ábaco*, (51), 26-36. Recuperado de <http://jstor.ezproxy.uniminuto.edu:8000/stable/20797236>
- García, O. (2013). Teoría de la aguja hipodérmica
- Herreros, M. (1980). Dimensión educativa de la información televisual. *Revista Española De Pedagogía*, 38 (148), 61-89. Recuperado de <http://jstor.ezproxy.uniminuto.edu:8000/stable/23763470>

- Hidalgo Villodres, María del Carmen, Casado Castro, Fernando, & García-Leiva, Patricia. (2014). Communicating climate change: improving the effectiveness of public campaigns. *Escritos de Psicología (Internet)*, 7(2), 28-35.
- Julia B. Corbett, Lindsay e, Young y Byron I. Davis. (22/07/2009). Teoría del conflicto e información sobre el cambio climático. 1/04/2017, de INFOAMERICA_ICR_CORBETT: Revista
- Karam, T. (2014). La dimensión emocional en el discurso televisivo. *Comunicación y Sociedad*, (22). 279-284. Recuperado de <http://bit.ly/2nbJ7Tg>
- La imagen para Humberto Eco. (Junio 21, 2012). Extraído de: <https://gigi976.wordpress.com/2012/06/21/la-imagen-para-umberto-eco-2/>
- La percepción. Extraído de: <http://www.um.es/docencia/pguardio/documentos/percepcion.pdf>
- Lic. Patricio G. Roulier Pazos (2015). Jóvenes latinoamericanos frente al cambio climático: acción ante la realidad. Universidad Siglo 21 y Founder de iE.CO
- Marín, (25 de febrero de 2017). La audiencia colombiana, indescifrable en la pantalla. El colombiano
- Mario Tamayo y Tamayo (2004) El proceso de la investigación científica. Extraído de: <https://es.slideshare.net/sarathrusta/el-proceso-de-investigacion-cientifica-mario-tamayo-y-tamayo1>
- Martínez, P (2015). Identidad ambiental La construcción de un concepto a partir del análisis de la plataforma Pro-Río. Universitatd'Alacant.
- Maxwell T. Boykoff. (02/07/2009). El caso del cambio climático los medios y la comunicación científica. Revista INFOAMERICA_ICR_BOYKOFF
- Monsalve. (19 de junio de 2017). Colombia no sabe cómo hablar de cambio Climático. El Espectador
- Nuevas perspectivas y retos. Diseño de la colección: editorial UOU Primera edición en lengua castellana: julio de 2013

Programa profesional Comunicación Social - Periodismo, Facultad de Ciencias Humanas y Sociales - Perfil profesional (2017)

RAE. Conciencia. Real Academia Española. Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=A8k1FxD>

Rogelio Fernández Reyes. (Diciembre 2010). Reconocimiento y cuestionamiento mediático del cambio climático en España. Academicpaper

Secretaria de cultura, recreación y deporte. La contaminación ambiental. Alcaldía mayor de Bogotá D.C. recuperado de: <http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es>

Semana. (2017). Cinco efectos visibles del cambio climático en Colombia. Recuperado de: <http://www.semana.com/nacion/articulo/efectos-del-cambio-climatico-en-colombia/512637>

Serrano, M. (1981). La influencia social de la televisión: Niveles de influencia. *Reis*, (16), 39-55. Doi: 10.2307/40182966

Soto, N. (2005). La influencia de los medios en la percepción social de la delincuencia. (pp. 3-46) Revista Electrónica de Ciencia Penal y Criminología ARTÍCULOS ISSN 1695-0194

Soto, N. (2015). Influencia de los medios en la percepción social de la delincuencia. Revista electrónica de Ciencia Penal y Criminología. Extraído de: <http://criminet.ugr.es/recpc/07/recpc07-09.pdf>

Vélez, M. I. (12 de 09 de 2015). Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/DialnetUnAcercamientoMetodologicoAlAprendizajeOrganizacio-2668687.pdf>

