



Creación y estructuración de una red de periodismo ambiental Convenio: Corantioquia y Corporación Universitaria Lasallista¹

Lina María Acosta Quiroz²

*Creation and structuring of an environmental journalism network
Agreement: Corantioquia and Corporación Universitaria Lasallista*

*Criação e estruturação de uma rede de jornalismo ambiental
Convênio: Corantioquia e Corporación Universitaria Lasallista*

RESUMEN

Introducción. La Corporación Universitaria Lasallista y Corantioquia aúnan esfuerzos con el propósito de fortalecer la información con actores estratégicos, como lo son los líderes comunitarios, quienes ejercen el periodismo en su zona de influencia; se presenta la investigación con diseño mixto y enfoque de investigación-acción, para generar reflexiones y acciones aportantes sobre el desarrollo sostenible del territorio en el cumplimiento de las metas definidas. **Objetivo.** Crear y estructurar una red de periodismo ambiental en la jurisdicción de Corantioquia, para aunar esfuerzos comunes en pro del medio ambiente. **Materiales y métodos.** La investigación-acción presentada parte de un recorrido teórico de las palabras clave descritas; luego, recolectar información primaria a través de encuestas y entrevistas semiestructuradas, con personas activas en procesos de red, periodismo y medio ambiente, para describir tendencias por medio de métodos gráficos y porcentuales con el fin de propiciar cambios sociales a través de la formación de actores. **Resultados.** Se implementó la Red de Periodismo Ambiental en la región, como una estrategia para difundir, compartir y conocer información responsable alrededor de la sostenibilidad y la sustentabilidad de los territorios, así como motivar una cultura informativa en torno a la protección del medio ambiente. **Conclusión.** Es importante crear la Red de Periodismo Ambiental, pero aún más, estructurar y permitir su dinamización, activando estrategias comunicativas a partir de los hallazgos obtenidos, fortaleciendo el conocimiento de los líderes que manejan el periodismo en los territorios, la interacción informativa y las acciones mancomunadas para una mayor y mejor divulgación de los contenidos sobre el medio ambiente.

Palabras clave: educomunicación, periodismo, medio ambiente, redes sociales.

1 Artículo de investigación derivado del Convenio suscrito entre la Corporación Universitaria Lasallista y La Corporación Autónoma Regional del Centro de Antioquia "CORANTIOQUIA" con el objeto de: "Aunar esfuerzos para fortalecer los procesos de comunicación educativa e informativa con los ciudadanos y actores estratégicos del territorio".

2 Comunicadora socia-periodista (UPB), especialista en Gerencia de la Comunicación Organizacional (UPB), magíster en Educación y Desarrollo Humano (U. de Manizales), docente de tiempo completo del programa de Comunicación y Periodismo de la Corporación Universitaria Lasallista, docente líder de Investigación del Convenio Corantioquia-Lasallista. Email: liacosta@lasallistadocentes.edu.co ORCID: 0000-0003-3544-267X

ABSTRACT

Introduction. The Corporación Universitaria Lasallista and Corantioquia join efforts with the aim of strengthening information with strategic actors, such community leaders, who practice journalism in their area of influence. This study presents a mixed-design investigation with an action-research focus to generate reflections and actions that contribute to the sustainable development of the territory in achieving the established goals. **Objective.** Create and structure an environmental journalism network in Corantioquia jurisdiction to join common efforts in favor of the environment. **Materials and methods.** The action-research work starts from a theoretical review of the keywords described; and then it collects primary information through surveys and semi structured interviews with people who are active in network, journalism and environmental processes to describe trends by means of graphic and percentage-

based methods, aiming to drive social changes through the training of the different actors. **Results.** The Environmental Journalism Network was implemented in the region as a strategy to disseminate, share and know responsible information on the territories' sustainability, as well as to encourage an informative culture around environment protection. **Conclusion.** Although it is important to create the Environmental Journalism Network, it is even more important to structure it and enable its dynamization, activating edu-communicative strategies from the findings obtained, by strengthening the knowledge of the leaders that manage journalism activities in the territory, informative interaction and joint actions to achieve greater and better dissemination of the contents on the environment.

Keywords: edu-communication, journalism, environment, social networks.

RESUMO

Introdução. A Corporación Universitaria Lasallista e Corantioquia juntam esforços com o propósito de fortalecer a informação com atores estratégicos, como são os líderes comunitários, quem exercem o jornalismo na sua zona de influência; se apresenta a investigação com desenho misto e enfoque de investigação-ação, para gerar reflexões e ações contribuintes sobre o desenvolvimento sustentável do território no cumprimento das metas definidas. **Objetivo.** Criar e estruturar uma rede de periodismo ambiental na jurisdição de Corantioquia, para unir esforços comuns em pro do meio ambiente. **Materiais e métodos.** A investigação-ação apresentada parte de um recorrido teórico das palavras chave descritas; logo, recolher informação primária através de enquetes e entrevistas semiestruturadas, com pessoas ativas em processos de rede, jornalismo e meio ambiente, para descrever tendências por meio de métodos gráficos

e porcentuais com o fim de propiciar mudanças sociais através da formação de atores. **Resultados.** Se implementou a Rede de Jornalismo Ambiental na região, como uma estratégia para difundir, compartilhar e conhecer informação responsável ao redor da sustentabilidade e a sustentabilidade dos territórios, assim como motivar uma cultura informativa em torno à proteção do meio ambiente. **Conclusão.** É importante criar a Rede de Jornalismo Ambiental, mas ainda mais, estruturar e permitir sua dinamização, ativando estratégias educacionais a partir das descobertas obtidos, fortalecendo o conhecimento dos líderes que manejam o jornalismo nos territórios, a interação informativa e as ações mancomunadas para uma maior e melhor divulgação dos conteúdos sobre o meio ambiente.

Palavras chave: educação, jornalismo, meio ambiente, redes sociais.

INTRODUCCIÓN

La responsabilidad informativa es un imperante, con especial significado en torno a una temática en aumento como lo es el medio ambiente. En tal razón,

identificar la necesidad de una red de periodismo ambiental posibilita su creación, como una estrategia para fortalecer las capacidades de los periodistas y de los líderes comunitarios para la protección de los recursos naturales, a través del uso adecuado de los

medios periodísticos en el desarrollo sostenible de los territorios.

Esta responsabilidad se potencia hoy en día, tal como lo mencionan Reynaga y Farfán (2004), porque existen nuevas formas de relación social creadas a partir de la innovación tecnológica y del progreso de las relaciones sociales, como una extensión incluso de la libertad, donde las redes son estructuras abiertas que se expanden sin límites, lo que evidencia la necesidad de ser corresponsables, con especial énfasis en quienes manejan los medios y son líderes de opinión. En la misma línea, se asegura la existencia de una sociedad en red donde la comunicación es un poder para ser aprovechado como una oportunidad: “*Los medios de comunicación son las redes esenciales... son la fuente principal de los mensajes y las imágenes que llegan a la mente de las personas*” (Castell, 2009, p. 55).

Por lo anterior es fundamental no solo la creación de redes que refuercen convencimientos y establezcan poderosas relaciones, como lo afirma Reynaga (2005) o como lo determinan Chavoya y González (2012) citados por Basconzuelo y Souza, (2016, p. 101), quienes proyectan las redes sociales como integradoras para la solución de problemas y temáticas comunes, propiciando la reflexión. En tal razón, forjar alianzas con iniciativas ambientales posiciona el hábitat en la agenda de los medios de comunicación, tanto comunitaria como masiva, al cumplir una función para informar y, al mismo tiempo, educar a la sociedad, porque requiere crear conciencia y sensibilización en torno a los territorios. Es así como la información medioambiental abre la posibilidad a lo denominado como educación, entendido por Barbas (2012, p. 167), como:

[...] proceso, movimiento, flujo de significados, acción creativa y re-creativa [...] una forma de pedagogía crítica que concibe los procesos educativos, la comunicación, los medios y las tecnologías como herramientas de análisis y de acción para la comprensión, con proyección incluso a la transformación del mundo.

Esta sinergia permite la unión de saberes tanto educativos y periodísticos como ambientales, una interdisciplinariedad que convoca a la sociedad en pro de constituir un grupo de trabajo líder para asumir problemáticas culturales y contextuales donde, a través de las redes, sea posible ser protagonista de una realidad mucho más esperanzadora en búsqueda del bienestar común. Al crear redes con agentes activos,

como son los medios de comunicación, es la propia comunidad quien tiene el poder para generar cambios radicales que motiven la transformación cultural para la coexistencia mutua, respetando el medio ambiente en el que se vive, reflexionando sobre la temática y al mismo tiempo actuando de manera prospectiva y preventiva para configurar una vida digna para cada especie que habita el territorio, ello es, empoderar a la sociedad frente a temáticas de interés general, tal como lo menciona la Sociedad Interamericana de Prensa (2010, p. 37), enfatizando en la necesidad que tienen los periodistas, a través de una actitud más crítica en temáticas como el medio ambiente, siendo un compromiso profesional motivar a dejar el rol pasivo y ser actores legítimos con mayor participación ciudadana para lograr metas colectivas; puesto que el periodismo, no es ajeno, ni puede serlo, a conocer la verdadera riqueza de un ambiente sano, procurando la supervivencia, incluso de la misma especie humana; en tanto los contenidos periodísticos han de estar ligados a la concientización y preocupación global en torno al medio ambiente actual.

Este perfil periodístico ha generado acciones a través de la estrategia de red, medios y personas preocupadas por la información ambiental, entre ellas, REDCALC (Red de Comunicación Ambiental de América Latina y el Caribe), Red Brasileira de Jornalismo Ambiental (RBJA), Red Mesoamericana y Red Mexicana de Periodismo Ambiental (REMPA), todas ellas creadas para el intercambio de contenidos, cooperación en aumentar conocimientos y fortalecer capacidades periodísticas en torno al desarrollo de los territorios (sitio web de REDCALC).

El periodismo ambiental es no solo una tendencia sino una acción surgida de voces críticas para despertar conciencia y hacer comprender al público la realidad del consumo desmesurado, así como estimular la capacidad para participar y decidir sobre la forma de vida, alertando y previniendo a la sociedad de manera permanente, mediante mensajes educadores, basados en la filosofía periodística, de una información ética y veraz; sin embargo es importante tener en cuenta, como lo afirma la Sociedad Interamericana de Prensa on Smashwords:

Un periodista ambiental no debe sentir la presión de tener que educar a su público, no es un pedagogo. Tampoco se debe convertir en un activista o militante ambiental, sino que, al igual que cualquier otra rama del periodismo, debe ser imparcial y no tomar opiniones partidarias.

Su principal misión es informar. Corresponde al público juzgar los procesos, cuyo criterio será dado por la calidad de las informaciones que reciba. Sin embargo, debido a que una persona se educa cuando se informa, la enseñanza es un resultado añadido de la información publicada. Educar no es el propósito, pero sí un resultado. El público aprende cuando lee o escucha a través de los medios de comunicación, en especial cuando se trata de informaciones tan abarcadoras como las ambientales (2010, p. 39)

Sin lugar a dudas el periodismo genera procesos de enseñanza a través de los medios, y la educación también pueden utilizar los medios para sus procesos, permitiendo de esta manera el aprendizaje colectivo y la proyección social. Para Castro (2011, p. 118) la educomunicación es como una cimentación donde se abre el campo para la transformación e intervención, de manera conjunta para ser eficiente y eficaz, ya que las acciones separadas, solo comunicativas o solo educativas, no podrían resolver de manera efectiva por separado, la situación a cambiar.

Es importante reconocer la educación como un proceso comunicativo, siempre y cuando se permita y motive la retroalimentación; sin embargo, no toda comunicación es educativa. En tal razón, la educomunicación con énfasis en medio ambiente es una sumatoria, no solo de conceptos y significados, de educación, comunicación y medio ambiente; sino de personas y disciplinas con conocimientos propios, pero interdisciplinarios, comunes, integrales, transversales al desarrollo humano, necesarios para proyectarlos a la sociedad, en procura de una mejor calidad de vida. Al entender los conceptos, como lo define Valencia (2015, p. 19-20), el periodismo es uno solo porque requiere del compromiso ético y del rigor de la reportería; el medio ambiente es una especialidad donde se informa sobre los fenómenos, problemas y potencialidades de la naturaleza, incluyendo a los seres humanos; en consecuencia es un compromiso del periodista informar y educar sobre los riesgos ambientales, la prevención de los mismos, el buen uso de los recursos naturales, la importancia de los ecosistemas, además del respeto al medio ambiente; refiriendo así la responsabilidad de comunicar desde la esperanza para dar herramientas a la población sobre sus derechos y al mismo tiempo, de sus propios deberes para crear una sociedad de conocimiento, empoderada y activa en procura de la protección del hábitat. En este mismo sentido, es

fundamental retomar el enfoque pedagógico de Freire (2002, p. 24) quien menciona que la desesperanza inmoviliza y hace sucumbir al fatalismo “en que no es posible reunir las fuerzas indispensables para el embate recreador del mundo”.

Desde esta óptica la investigación hace su recorrido teórico y conceptual, para luego conocer las realidades del contexto a través de las visiones del día a día de los líderes quienes ejercen una función activa como comunicadores con interés ambiental en los territorios de la jurisdicción de Corantioquia.

Materiales y métodos

El método investigativo es de enfoque mixto definido como lo indica Clarke (2004), citado por Hernández, Fernández y Baptista (2010, p. 31), e “implica combinar los métodos cuantitativo y cualitativo en un mismo estudio”, se recolecta, analiza y vincula la realidad objetiva (cuantitativa) a través de datos que pueden cuantificarse en cantidades; al mismo tiempo de la realidad subjetiva (cualitativa) a través de datos críticos y de valores no solo cuantitativos, sino calificativos de conceptos específicos.

Planteamiento del problema

De acuerdo con Cazau (2006, p. 8) los pasos investigativos deben incluir la formulación adecuada del problema (para tener claro qué requiere solución), especificar los medios para recolectar, seleccionar, comparar e interpretar la información necesaria, de la forma más sencilla, breve y económica posible para resolver la pregunta orientadora; en este caso posibilitar la creación y dinamización de una red de periodismo ambiental a través del uso de estrategias educomunicativas.

Diseño y aplicación de herramientas

El enfoque mixto de la investigación, en coherencia con Hernández, Fernández y Baptista (2010, pp. 546 y 586) es proceso de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos para responder a un planteamiento del problema; ello le brinda a la investigación una percepción más integral, completa y holística explorando distintas opciones del problema de estudio; a través de herramientas

metodológicas como la triangulación de información, la encuesta, entrevistas, grupo focales, observación y registros documentales; entre otras, para dar cuenta de inferencias de toda la información recabada, con el fin de permitir un mayor entendimiento de la investigación.

En este artículo se realizó la revisión bibliográfica para la reflexión teórica y práctica donde se contrasta la conceptualización de red, su estructuración y funcionamiento en las redes activas de Corantioquia. Asimismo, se diseñaron y aplicaron instrumentos de recolección de información primaria a través de encuesta a los líderes participantes del taller de fotografía ambiental realizado en los municipios de Jardín, Santa Rosa de Osos, Amagá, Bello, Caucasia, Vegachí, Puerto Berrío, TÁMESIS; así como a los líderes que ejercen el periodismo en las 8 territoriales de la jurisdicción, durante el III Encuentro de Periodismo Ambiental, e igualmente se envió encuesta vía correo electrónico a periodistas comunitarios y, se complementó información con entrevistas a profundidad a algunos expertos en redes y en procesos educacionales.

Para D'Ancona (2009, p. 240) la encuesta "constituye una estrategia de investigación basada en las declaraciones de una población concreta", la cual se complementa con la construcción del marco teórico, el diseño del cuestionario y de la muestra, así como la necesaria validación e interpretación de los resultados. De otro lado, la información se complementa con la entrevista semiestructurada como una estrategia investigativa de acuerdo a Buendía, Colás y Hernández (2005), más flexible y abierta, donde el entrevistador posee libertad de expresión a pesar de que el entrevistador posee un orden y un guion de preguntas, las cuales se pueden ajustar durante la entrevista, manteniendo el propósito investigativo.

Es así como se diseña y aplican las herramientas investigativas para la creación y estructuración de la Red de Periodismo Ambiental, con el fin de entender y posibilitar la operación y el empoderamiento de los miembros de la Red a través de una participación

activa y desde las propias visiones y expectativas de quienes hacen parte del proceso investigativo.

Recolección de datos

La encuesta tuvo un alcance de 162 personas, de las cuales, 140 fueron presenciales (en los talleres de fotografía y en el III Encuentro de Periodismo Ambiental), 14 se hicieron través del correo electrónico y 8 vía telefónica; ello registrando la cantidad posible de líderes activos en las comunidades pertenecientes a la jurisdicción de Corantioquia. Las entrevistas a profundidad se realizaron a comunicadores con experiencia en redes y educacionales con enfoque medio ambiental.

Para la recolección de datos se firmó el consentimiento informado, socializando el propósito de la investigación y el tratamiento de datos; la información se almacenó en bases de datos y se proyecta su análisis en gráficos y porcentajes con las tendencias generales. La investigación finaliza con el análisis e interpretación de datos a través de la socialización de los resultados y la elaboración de un documento base emitiendo recomendaciones temáticas para la dinamización de la Red.

RESULTADOS

Por medio de las encuestas, fue posible contrastar la conceptualización de los términos abocados en la investigación, encontrando poca claridad conceptual sobre el término red, al preguntar sobre si hacen parte de una red ambiental o de periodismo, el 43 % dice que sí, y el otro 56 % dice que no; pero al contrastar las redes de las que se hace parte, fue posible establecer la mención de algunas redes sociales digitales, instituciones laborales o grupos formados con función misional como los grupos juveniles o demás; confundiendo el concepto de red entendido como la suma de diferentes instituciones y personas reunidas para un fin común, de manera voluntaria, donde se comparte información con el nombre designado de red.

Tabla 1. Redes actuales

Mesa ambiental	8
Redes sociales	8
Colectivo de Periodismo El Suroeste	5
ASOREDES / Asomeco	4
Ecosura	2
JODETE	2
Periódico	2
Red de liderazgo	2
Teatro	2
Asesoría Departamental de Antioquia	1
Círculo de Periodistas de Antioquia	1
Club de caminantes	1
Consejo de Cultura	1
Cultura Poneherazo	1
Guardabosques	1
Notipáramo	1
Piragua	1
Red por la Constitución de Belén	1
Redenorte	1
Redes del Sur	1
Secretaría de Agricultura	1
Surcom	1
Total	61

Fuente: elaborado por los autores

El 98 % de los encuestados manifiesta la importancia de crear y dinamizar una Red de Periodismo Ambiental; de ellos, 84,66 % expresaron como razones: en primer lugar, mencionan la importancia de informar a la comunidad, y en segundo lugar, la importancia de educar en temas ambientales, lo cual ratifica el enfoque en educomunicación que tiene de la función periodística con énfasis medio ambiental, así como la necesidad y el requerimiento de brindar mayor conocimiento al respecto.

Tabla 2. Importancia de crear una Red de Periodismo Ambiental

Informar a la comunidad	37	29,13
Educar a la comunidad ambientalmente	19	14,62
Prevención y cuidado del medio ambiente	16	12,31
Crear conciencia ambiental	13	10,00
Proteger el medio ambiente	11	8,46
Unir esfuerzos para generar mayor impacto	7	5,38
Identificar recursos naturales	5	3,85
Servir a la comunidad	4	3,08
Compartir información	2	1,54
Concienciar a la comunidad	2	1,54
Conocer la diversidad ambiental	2	1,54
Intercambiar conocimientos	2	1,54
Seguimiento y veeduría de recursos naturales	2	1,54
Apoyo a la región	1	0,77
Aprender a explotar los recursos	1	0,77
Generar flujos de información	1	0,77
Soporte para tocar el tema	1	0,77
Experiencias significativas para contar	1	0,77
	127	84,667
No dan una razón	35	21,0

Fuente: elaborado por los autores

El 97 % de la muestra propone diversas alternativas que promuevan el medio ambiente, entre las que sobresalen las redes sociales como la forma preferida; luego, los medios masivos de comunicación: radio,

televisión y prensa, que suman un total de 36,8 %; ello sin dejar de darle importancia a la generación de campañas medioambientales a través de la educación

y la difusión de información, por medios tradicionales como las llamadas telefónicas, las carteleras y la labor social.

Tabla 3. Canales de comunicación preferidas para promover el medio ambiente

Redes sociales	34	21,52
Radio	30	18,99
Televisión	17	10,76
Prensa	10	6,33
Talleres y campañas en pro del medio ambiente	10	6,33
Diálogo	7	4,43
Medios de comunicación	7	4,43
Canales comunitarios	6	3,80
Capacitaciones	4	2,53
Conversatorios, tertulias, plenarias	4	2,53
Divulgación de iniciativas ambientales	4	2,53
Emisoras comunitarias	4	2,53
Productos audiovisuales	4	2,53
Promoviendo eventos	3	1,90
Labor social	2	1,27
Noticias	2	1,27
Programas educativos	2	1,27
Boletín	1	0,63
Carteleras	1	0,63
Denuncias	1	0,63
Fotografía	1	0,63
Oficina de medio ambiente	1	0,63
Teléfono	1	0,63
Tomas comunitarias	1	0,63
Volantes	1	0,63
No Responden	4	2,53%
Total	162	

Fuente: elaborado por los autores

El 84 % de las personas encuestadas expresa el deseo de pertenecer a la Red de Periodismo Ambiental; un 12 % no responde, y un 4 % responde que no, y justifica su respuesta por motivos de carga laboral y falta de tiempo. Quienes desean formar parte expresan su deseo de estar informados y educados sobre el tema;

se evidencia nuevamente la necesidad de generar estrategias educomunicativas para dinamizar una red y generar propuestas a través de capacitaciones sobre el medio ambiente, abrir redes sociales, brindar espacios de reuniones periódicas, creación de página web, foros virtuales, envío de correos electrónicos y

creación de blogs, como alternativas de dinamización para compartir información.

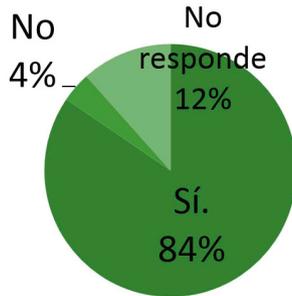


Figura 1. Interés en formar parte de una Red de Periodismo Ambiental

Fuente: elaborado por los autores

En el proceso investigativo, el logro más significativo es la creación de la Red de Periodismo Ambiental, a través de la firma de un acuerdo de voluntades, articulado por Corantioquia y la Corporación Universitaria Lasallista. Se destaca la iniciativa propia de un miembro de la Red, quien crea por sí mismo una página de *Facebook* con el nombre Red de Periodismo Ambiental y una foto de perfil del III Encuentro de Periodismo Ambiental; de esta manera se apropia y se hace activo el proceso de compartir información y empezar a estructurar desde la acción cotidiana la importancia y necesidad de crear la Red de Periodismo Ambiental, ir a hechos concretos, motivadores y promotores del cuidado y protección al medio ambiente.

Con el propósito de identificar acciones y proporcionar componentes epistemológicos y de estrategias educacionales para complementar el proceso investigativo desde el funcionamiento de las redes de Corantioquia, Holguín (2016) realizó un estado del arte sobre las redes de Corantioquia y encontró que la creación de redes con enfoque ambiental, se viene desarrollando desde el 2005, con alto despliegue después del 2011, generando relaciones con un máximo en una de sus redes, de 2000 líderes comunitarios para propiciar espacios de sostenibilidad y cultura ambiental.

La estructuración de las redes ha sido por medio de nodos territoriales a partir de encuentros por municipios (80), otros territoriales (8 en total; correspondientes a Cartama, Citará, Zenufaná, Panzenú, Hevéxicos,

Tahamías, Aburrá Sur y Aburrá Norte); además de regionales centralizados en Medellín. Los canales de comunicación más usados son: las redes sociales móviles como el *whatsapp* y digitales como el *Facebook*, *email*, *twitter*, *youtube*, además del contacto telefónico.

A través de las entrevistas, se destacan los logros obtenidos por las redes, tales como la proyección de gestión y cultura ambiental en los jóvenes y niños con una visión más amplia del territorio, articulación para contribuir positivamente en el medio ambiente de la zona; entre los aspectos a mejorar son el trabajo equitativo con todos los involucrados y presentar estrategias que visibilicen más el trabajo, así como acceder a otras zonas para influir en más personas con limitaciones de distancia y tecnología. Ninguna de las redes cuenta con estatutos, ya que son redes colaborativas de adhesión voluntaria.

De acuerdo con las entrevistas semiestructuradas y a profundidad, se pudo establecer que las estrategias educacionales son identificadas y valoradas porque enriquecen el conocimiento y son una oportunidad de presentar de manera entretenida los recursos naturales para impactar positivamente a los públicos, recomendando incluso la generación de concursos interactivos donde los participantes puedan sentirse parte y así mismo motivados para compartir información con énfasis en promoción ambiental. Igualmente, fue posible evidenciar la urgencia propositiva de generar espacios con los canales y medios periodísticos del territorio, tanto impresos, como audiovisuales y digitales, con objetivos dedicados a la protección del medio ambiente.

DISCUSIÓN

Se evidencia un interés por generar espacios de encuentro dedicados al periodismo ambiental, sin embargo algunas personas son conscientes que aspectos como, el tiempo y la carga laboral son un obstáculo para llevar a la práctica los encuentros, razón por la cual se posibilita la apropiación de la TIC (Tecnología de la Información y la Comunicación) y la gestión de las redes sociales digitales, para superar algunos retos, como son la distancia y el tiempo, ello sin dejar de lado las llamadas telefónicas y los encuentros personalizados, con el propósito de forjar el interés en temas medioambientales por parte de las agendas periodísticas comunitarias, y así dinamizar la Red de Periodismo Ambiental, la cual no surge solo por su creación y por la firma de un acuerdo, es necesario propiciar el intercambio de contenidos y el

empoderamiento de sus participantes. En tal razón, a pesar de que los miembros de la Red muestran su interés en aspectos como la información, el manejo adecuado de TIC, conocer más sobre medio ambiente, se alude la necesidad de delegar a personas o instituciones específicas con el propósito de liderar el proceso de interacción y no dejarlo al libre albedrío, sino motivar el cumplimiento de los compromisos asumidos de manera voluntaria y en coherencia entre los deseos y las acciones reales a generar.

Igualmente, se evidencia la necesidad de aprovechar la educomunicación con enfoque en el periodismo ambiental a través de las redes, como un proceso de aprendizaje e información constante, tal como se afirma en el manual "Puntadas para la Construcción de una red de Proyectos Ambientales Escolares", de la Corporación Universitaria Lasallista, Corantioquia, Área Metropolitana (2014, p. 10), donde se asegura que la construcción de una red implica mucho más que la voluntad de un grupo de personas, y requiere del compromiso y la cooperación de sus miembros, así activar los propósitos fundados de la red y permitir la transformación real del entorno a través de las prácticas diarias; en este caso en particular, orientadas desde el periodismo para la educación e información, en torno al cuidado del medio ambiente.

Los hallazgos encontrados en la investigación dan cuenta de un mapa de actores, líderes, periodistas ambientales, organizaciones y redes que justifican y hacen viable consolidar la red, la cual se fortalece con la firma del acuerdo de voluntades, así como con la actividad periodística cotidiana basada en el manejo adecuado de temas medioambientales para superar linderos noticiosos y propiciar cambios sociales notorios en pro del patrimonio ambiental.

Por tal razón, se recomienda generar estrategias educomunicativas desde las instituciones articuladoras, Corporación Universitaria Lasallista, como agente educativo, y Corantioquia, como entidad de autoridad ambiental, en unión con la promoción del liderazgo de los miembros de la Red de Periodismo Ambiental, al menos a través de un líder por 8 territorial, ello identificando miembros que lideren la interacción de contenidos en los diferentes medios de la zona, para compartir información que promueva la sostenibilidad medioambiental, porque se requiere de un proceso diario, periódico. Es imposible tener procesos educomunicativos con enfoque ambiental e intenciones sostenibles en el tiempo que puedan ser efectivos sin estrategias pedagógicas, en coherencia con Solano David (2008, p. 28) "... dicha persona debe

sentir las propuestas de desarrollo como útiles para su vida diaria".

CONCLUSIONES

Esta investigación proyecta estrategias para aumentar los niveles de interacción entre los miembros de la Red de Periodismo Ambiental, donde se puedan poner en común contenidos con propósitos educomunicativos de enfoque ambiental para ir más allá de la creación de la Red y del reconocimiento de su importancia; ello a través de acciones mediáticas y comunitarias, al consolidar un plan estratégico de educomunicación, en pro de la divulgación responsable sobre contenidos para la protección del medio ambiente y su concienciación social, con el fin visibilizar cambios en la cultura social a partir de procesos liderados desde la función periodística de los líderes comunitarios en la jurisdicción de Corantioquia, a través de pequeñas acciones que puedan proyectar grandes transformaciones sociales; siguiendo a Gall (2005) (citado en Castro, 2011), una comunicación educativa productora de conocimiento para modificar prácticas conductuales.

El reto, además, es apropiarse a las comunidades a generar acciones basadas en conocimiento, en especial a los miembros de la Red de Periodismo Ambiental, ya que cuando estas prácticas son proyectadas a la sociedad, como lo mencionan Bedoya, Moscoso y Rendón (2015) "... la promoción de planes y acciones de comunicación y divulgación son fundamentales, pues de ellos dependen el acceso ágil y oportuno a la información ambiental y la facilitación de instancias de diálogo entre la sociedad civil y el Estado". En este sentido, los líderes que ejercen el periodismo son agentes estratégicos para aunar esfuerzos comunes a través de estrategias educomunicativas, basados en un enfoque ambiental, a través del uso efectivo de los medios de comunicación territorial, donde se pueda encontrar y compartir información para educar y comunicar consciente y sensiblemente a los públicos de acuerdo a sus propios territorios, a sus retos ambientales, a sus necesidades e intereses de manera colectiva, donde exista una correlación de las personas y de su medio ambiente, no solo con el presente, sino con el futuro, con el compromiso por la sostenibilidad; con el propósito de ejercer los derechos y en especial los deberes propios del desarrollo en función de la protección ambiental, de esta manera promover la transformación social en procura de un hábitat en equilibrio con sus recursos naturales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barbas, A. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de Educación*, 14. 157-175.
- Basconzuelo, C. & Souza, A. (2016). Redes académicas interuniversitarias en MERCOSUR: el papel de la extensión. *Integración y Conocimiento*, 5(2), 98-110.
- Bedoya, Á.; Moscoso, L. y Rendón, L. (2015). Incidencia de los procesos educomunicativos en los proyectos ambientales escolares. *Revista Lasallista de Investigación*, 12(2), 75-83.
- Buendía, L.; Colás, P. y Hernández, F. (2005). *Métodos de investigación en psicopedagogía*. Madrid: McGraw-Hill.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Castro, E. (2011). El paradigma latinoamericano de la educomunicación: El campo para la intervención social. *Revista Académica de Comunicación y Ciencias Sociales. Metacomunicación*, (1), 117-130.
- Cazau, P. (2006). *Introducción a la investigación en ciencias sociales*. Disponible en web: <http://alcazaba.unex.es/asg/400758/MATERIALES/INTRODUCCI%C3%93N%20A%20LA%20INVESTIGACI%C3%93N%20EN%20CC.SS.pdf>
- Cea D'Ancona, M. (2009). *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Síntesis. Disponible en http://www.trabajosocial.unlp.edu.ar/uploads/docs/metodologia_cuantitativa__estrategias_y_tecnicas_de_investigacion_social____cea_d_ancona.pdf
- Corporación Universitaria Lasallista, Corantioquia, Área Metropolitana del Valle de Aburrá. (2014). *Puntadas para la construcción de una Red de Proyectos Ambientales Escolares*. Medellín : Editorial Lasallista.
- Freire, P. (2002) *Pedagogía de la esperanza. Un reencuentro con la pedagogía del oprimido*. Siglo XXI editores. <http://www.croniconet/paginas/Documentos/paq2/No.11.pdf>
- Hernández, R.; Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. 5.ª edición. México: MCGraw Hill.
- Holguín, C. (2016). *Estado del arte sobre las redes ambientales de la Corporación Autónoma Regional del Centro de Antioquia (Corantioquia)*. (Trabajo de pregrado Comunicación y Periodismo). Corporación Universitaria Lasallista, Caldas. Antioquia.
- Redcalc (2011). *Quiénes somos*. Abril 2016, de RedCalc Sitio web: http://www.redcalc.org/index.php?option=com_content&view=article&id=38&Itemid=168
- Reynaga, S. (2005). *Redes: posibilidades para la mejora de los procesos de formación y trabajo académico*. México: Universidad de Guadalajara.
- Reynaga, S. & Farfán, P. (2004). *Redes académicas, potencialidades académicas. Cuarto Congreso Nacional y Tercero Internacional: "Retos y Expectativas de la Universidad" Ejes: Desarrollo Universitario – Desarrollo de Actores y Participantes*. Universidad Autónoma de Coahuila, Saltillo.
- Sociedad Interamericana de Prensa. Periodismo Ambiental. Riesgos y oportunidades en la cobertura informativa. (2010) UNESCO. Disponible en: <https://www.uaa.edu.py/biblioteca/images/stories/pdf/periodismo-ambiental-riesgos-y-oportunidades-en-la-cobertura-informativa.pdf>
- Solano, D. (2008). *Estrategias de comunicación y educación para el desarrollo sostenible*. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001595/15951s.pdf>
- Valencia, M. C. (2015) *Guía periodística agenda verde: una mirada a la problemática del medio ambiente y el cambio climático en las regiones de Colombia*. Bogotá: Opciones Gráficas Editores.