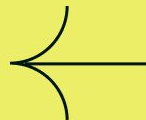


Medios & Ambiente



Argentina, Chile, Colombia y México

ENTENDER PARA CAMBIAR



Latam
Lab

Hub 



Una investigación del Hub

Hub Narrativas es una plataforma digital abierta para transformar la forma en que se comunica la transición justa en LATAM.

Diseñado para **crear, testear y viralizar** narrativas que disputan el sentido común.



Cambiamos la opinión pública mediante 4 pilares*



Investigación

Detectamos qué se dice, lo que preocupa y lo que **conecta a las audiencias.**

Social listening, estudios de opinión y diseño de arquetipos.



Narrativas Lab

Creamos y testeamos narrativas de la **transición con diferentes enfoques.**

Probamos qué es lo que funciona en las redes sociales.



Herramientas

Capacitamos a activistas y comunicadores con **herramientas concretas.**

Contra narrativas, buenas prácticas y recursos audiovisuales.



Comunidad

Activamos redes de creadores e influencers para viralizar narrativas efectivas y **responder rápido ante el negacionismo.**

(*) Estos pilares son modulares y replicables. Juntos, hacen posible cambiar el sentido común por medio de las redes sociales y acelerar la transición justa desde la comunicación.

INVESTIGACIÓN

Recorrido metodológico

+500K

noticias
analizadas

2017-2025*

Rango temporal de análisis

*Excluyendo 2020

4

Países

Argentina, Chile, Colombia y México

INVESTIGACIÓN

Recorrido metodológico



NOTICIAS AMBIENTALES

+500K

¿De qué temas hablan los medios de comunicación en América Latina?

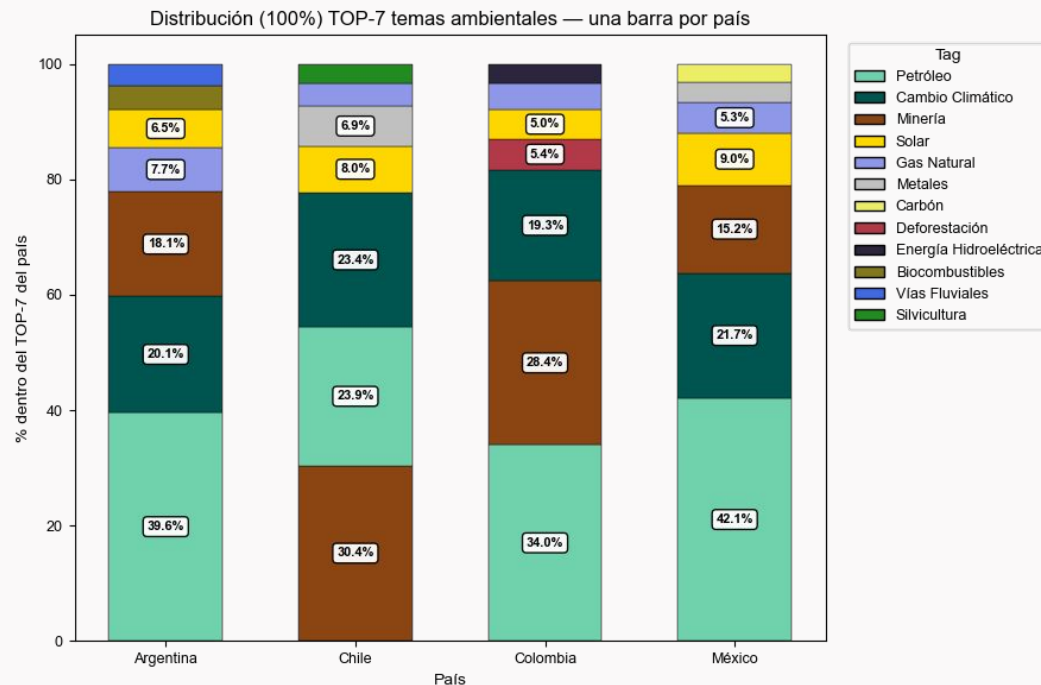
→ Análisis cuantitativo

¿De qué temas hablan los medios de comunicación?

40% de las noticias ambientales
son sobre el petróleo

20% de las noticias ambientales hacen
referencia al Cambio Climático

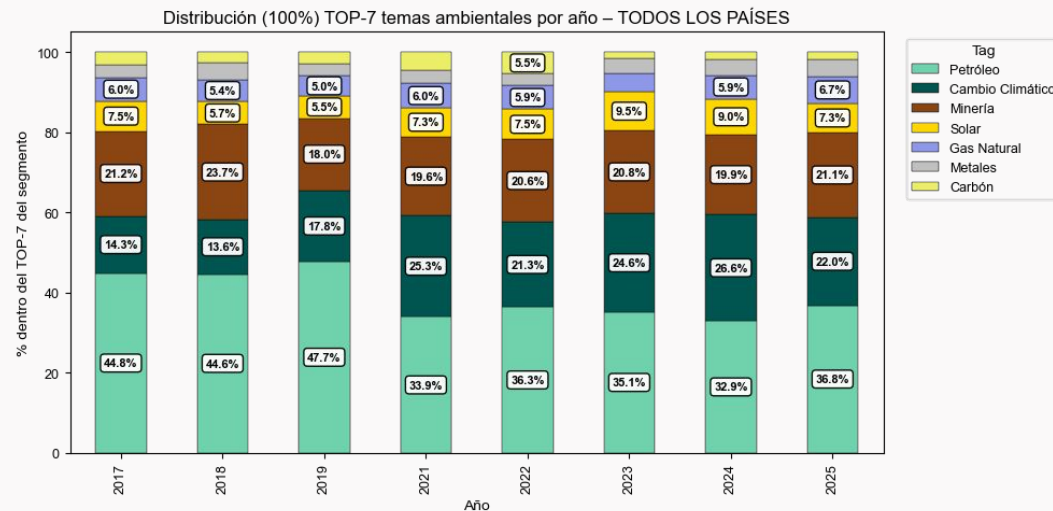
Los principales temas que son abordados por los medios de comunicación



Los temas que más llegan a los medios son los vinculados a las actividades económicas del país o problemáticas específicas.

Por ejemplo, Chile, donde el cobre representa más del 10% del PBI, es el único país donde las noticias sobre la minería son las que más abundan. Por otro lado, Colombia es el único que tiene a la deforestación como uno de los temas en agenda.

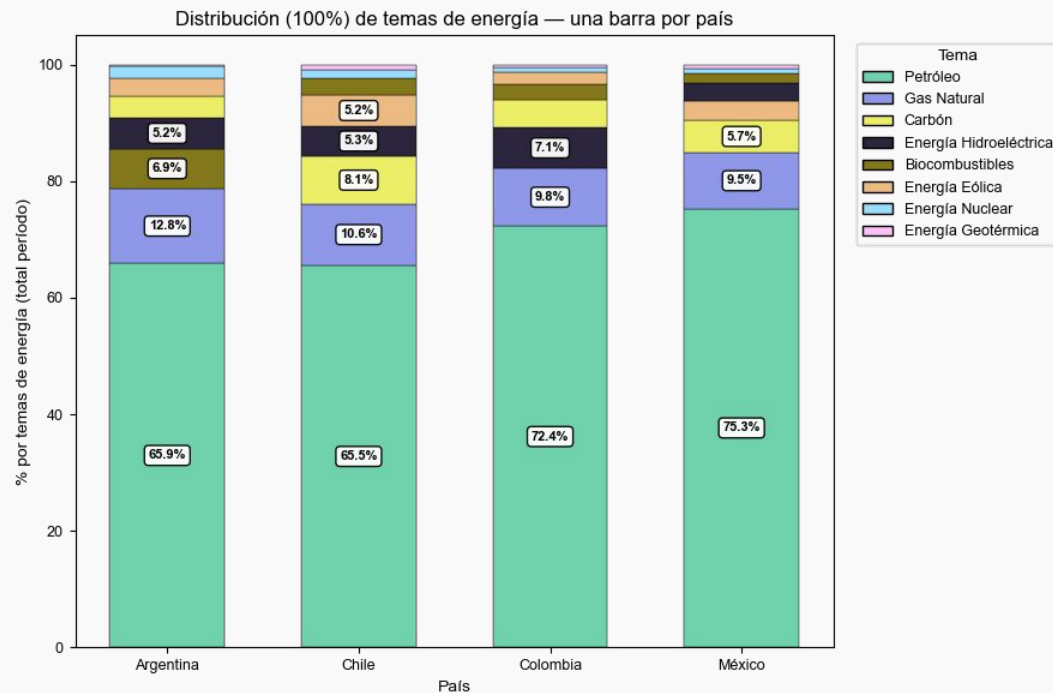
La tendencia de temas ambientales que cubren los medios de comunicación por año



El petróleo lidera la conversación

Se mantiene como el tema dominante en todo el período, aunque con una leve tendencia descendente respecto a sus pico de 2019. En paralelo, el **cambio climático** muestra un crecimiento sostenido desde 2019, alcanzando su máximo en 2024 (26,6%), lo que sugiere una mayor centralidad del tema en la agenda ambiental global. La **minería** ocupa de forma constante el tercer lugar, representando entre el 18% y el 24% del total, lo que refleja su relevancia estructural en las economías extractivas.

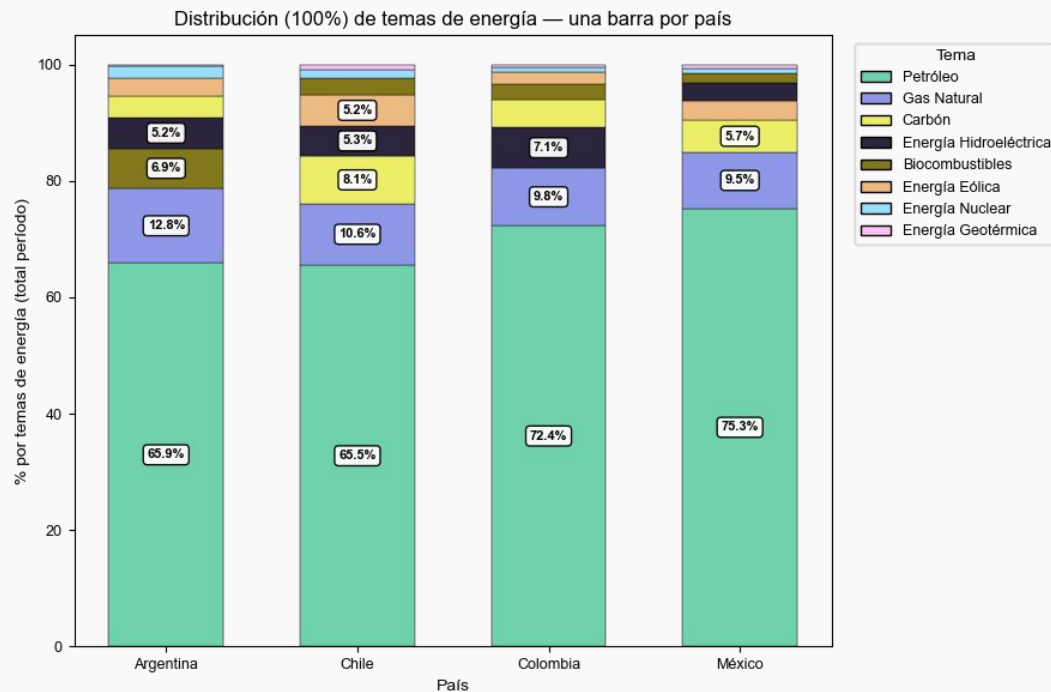
¿Cuáles energías tienen más presencia en los medios de comunicación?



+70%

de las noticias que hablan de energía son sobre el petróleo

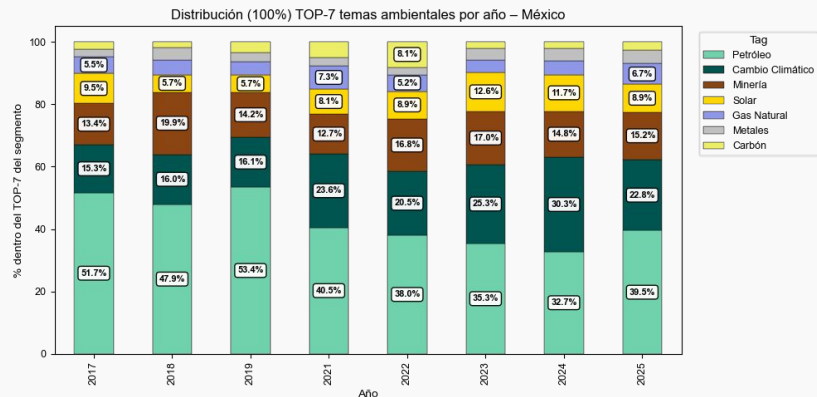
Tipo de energía en medios de comunicación vs Matriz energética



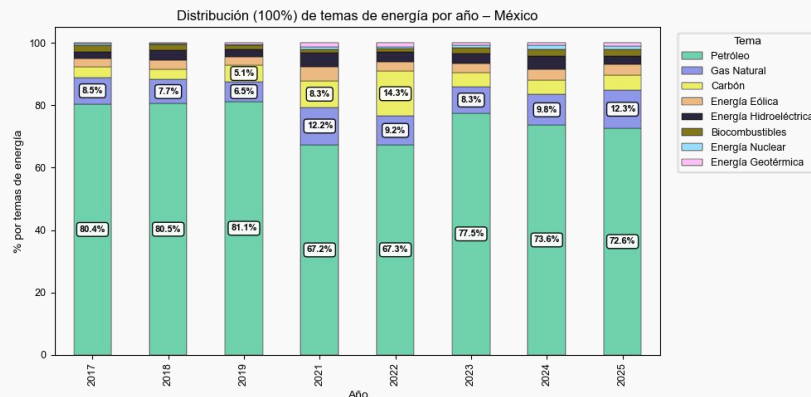
Las energías más presentes en la matriz energética son las que más llegan a los medios de comunicación

Por ejemplo, Colombia tiene 21% de producción con hidroeléctrica y 7% de las noticias son relacionadas a estas. Chile tiene 7% de carbón en su matriz y 8% de presencia en sus medios de comunicación. Argentina tiene 46% de gas y es el país que más noticias tiene de esta fuente.

Tendencia de temas ambientales por año

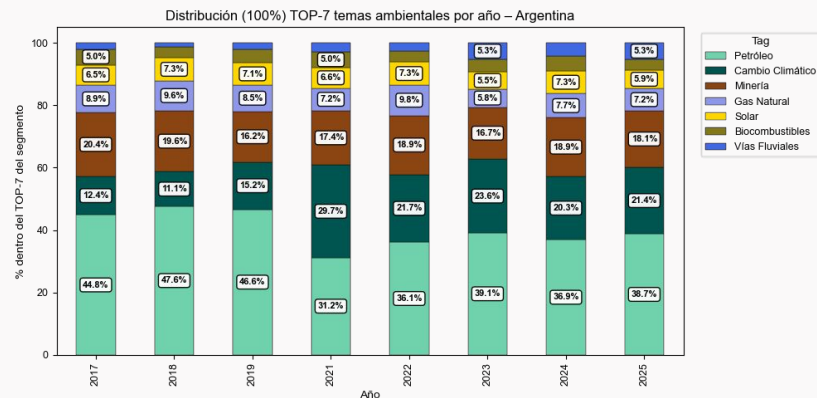


Tendencia de tema energéticos por año

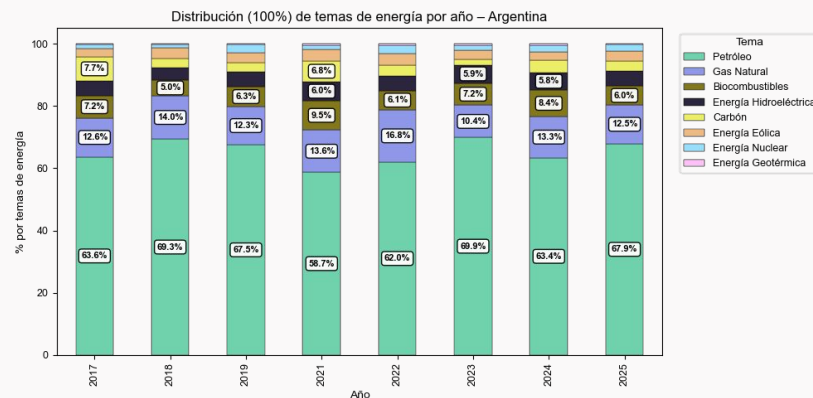


ARGENTINA

Tendencia de temas ambientales por año

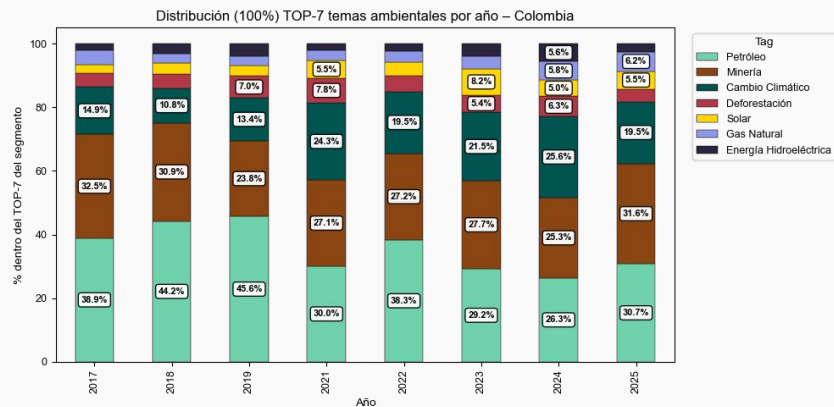


Tendencia de tema energéticos por año

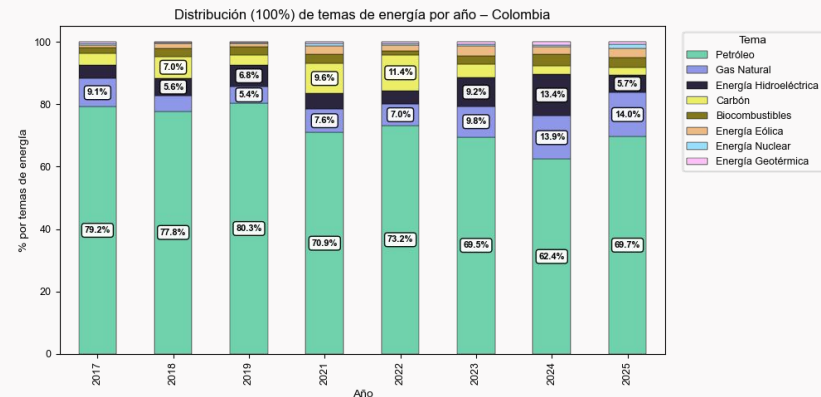


COLOMBIA

Tendencia de temas ambientales por año

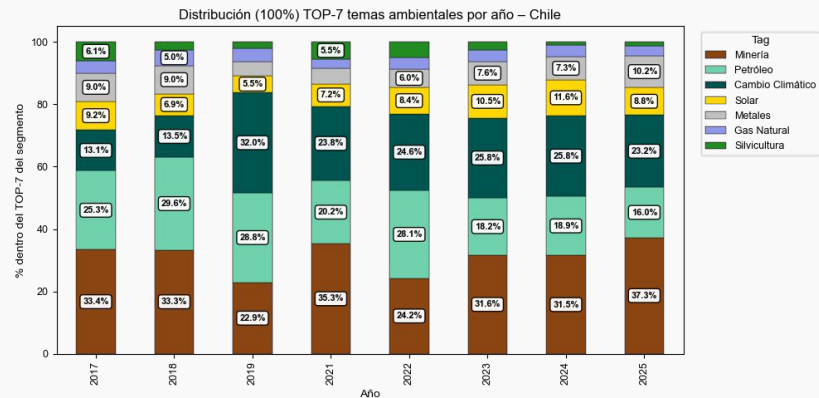


Tendencia de tema energéticos por año

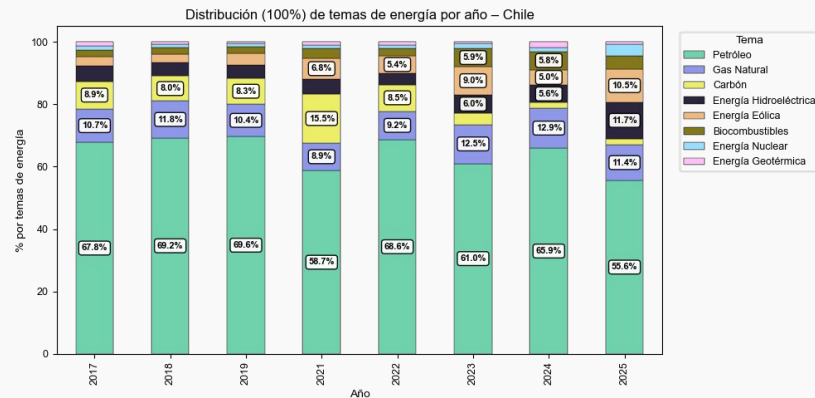


CHILE

Tendencia de temas ambientales por año



Tendencia de tema energéticos por año

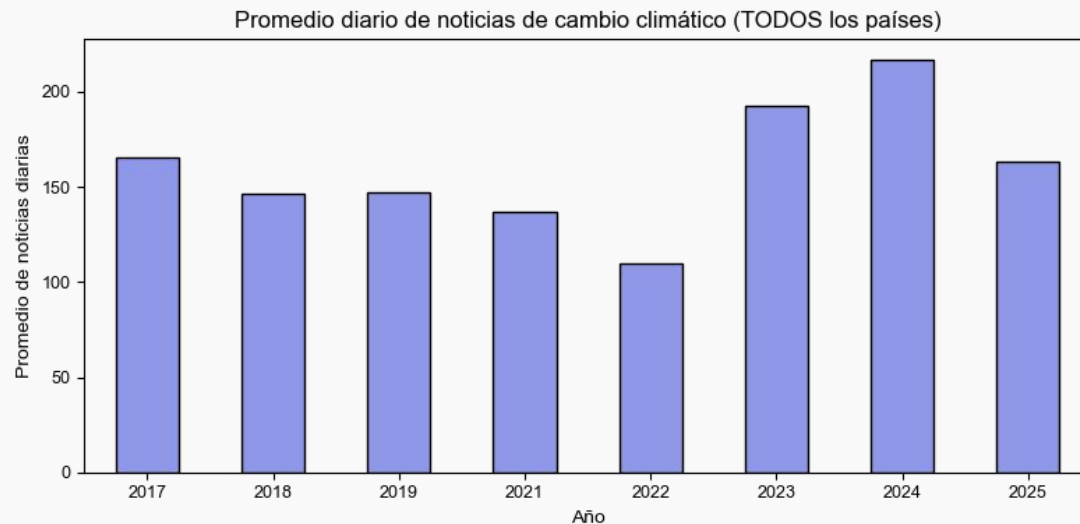




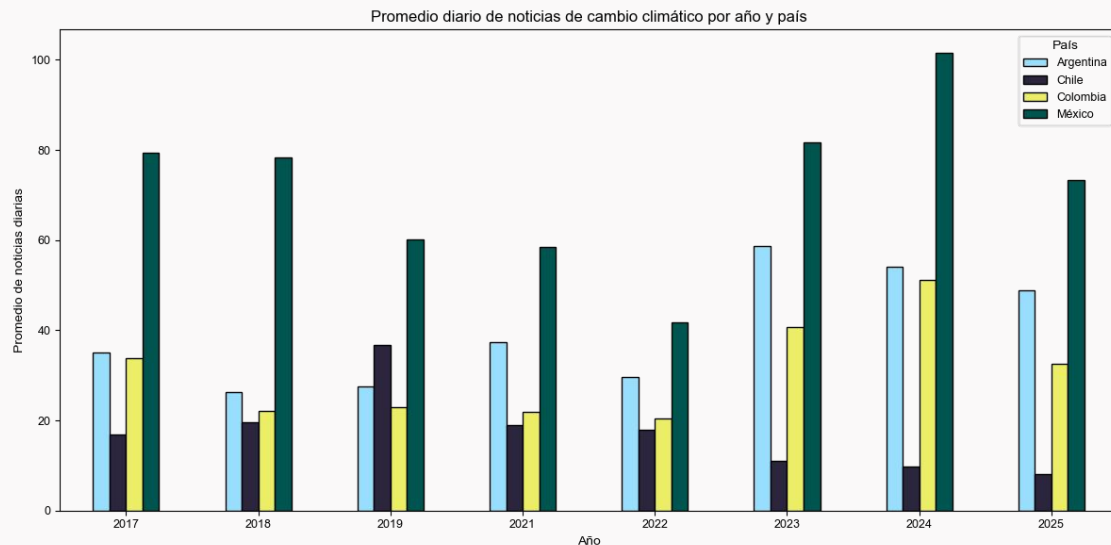
¿Cuánto se comunica de Cambio Climático en América Latina?

→ Análisis cuantitativo

Tendencia del promedio diario de de noticias sobre cambio climático de los 4 países



Tendencia del promedio diario de noticias sobre cambio climático de los 4 países



Cambio climático gana terreno... pero no lidera la conversación

Entre 2021 y 2024, la cobertura climática creció de forma sostenida y se acercó al protagonismo del petróleo. Sin embargo, en 2025 los combustibles fósiles volvieron a ganar terreno en la agenda mediática.

Una *hipótesis* a explorar en futuras investigaciones es que el aumento de menciones a cambio climático desde 2023 está impulsado por el crecimiento de discursos negacionistas en los medios de comunicación. Un indicio de esto es el aumento de las noticias de Cambio Climático en Argentina 2023 con el ascenso de Javier Milei.

POR QUÉ

¿Cómo se comunica el cambio climático en América Latina?

→ Análisis cualitativo

Metodología

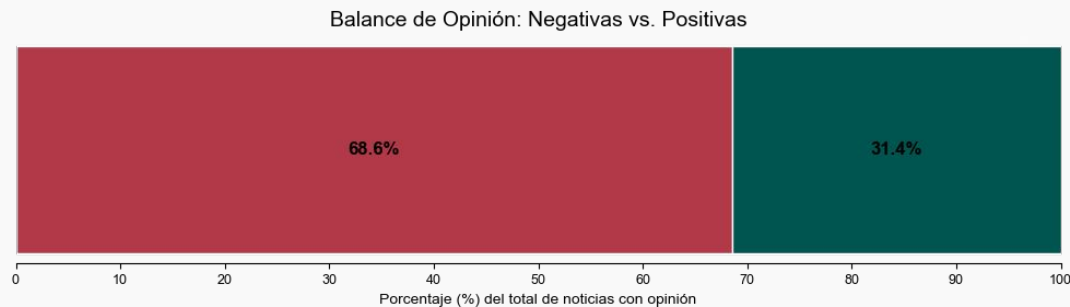
Utilizamos *Pysentimiento*, una librería creada a partir de modelos de lenguaje y entrenada en base a grandes volúmenes de datos. La utilizamos para asignar a cada noticia una etiqueta que indica su tendencia positiva, negativa o neutra.

Además, entregó las probabilidades asociadas a cada categoría, lo que permitió medir de manera confiable la distribución del sentimiento en un conjunto de noticias.

Una vez clasificadas las noticias, analizamos la relación *negatividad / positividad*.

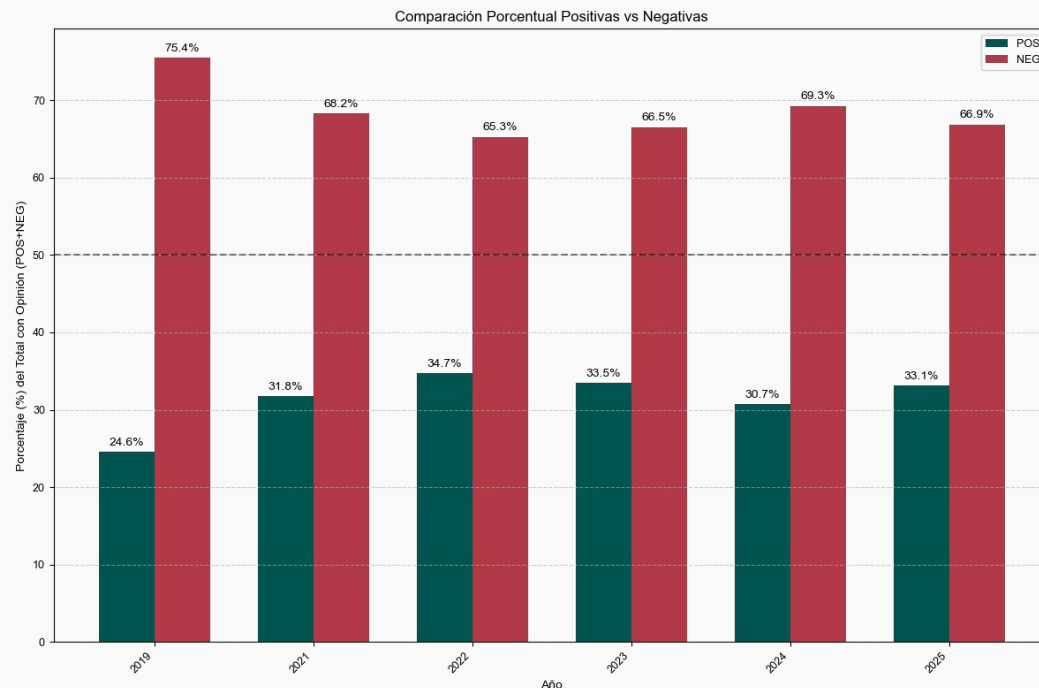
Para asegurar representatividad, tomamos una muestra de 1000 noticias por año, garantizando que los índices de positividad no se vean sesgados por el número de noticias de cada año.

La negatividad domina la agenda



70%
de las noticias son negativas.

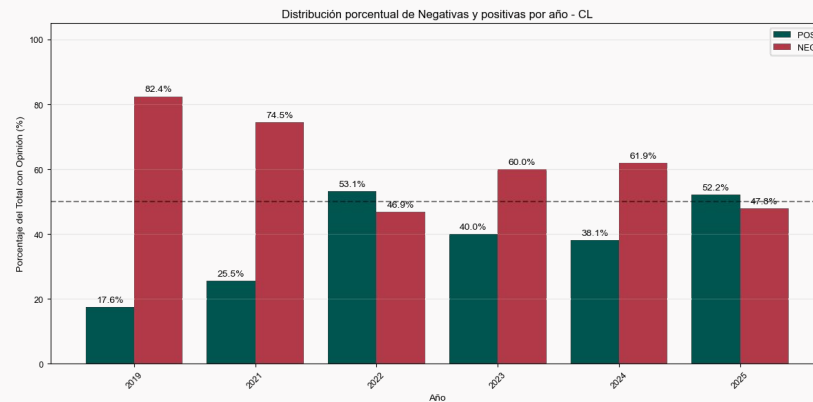
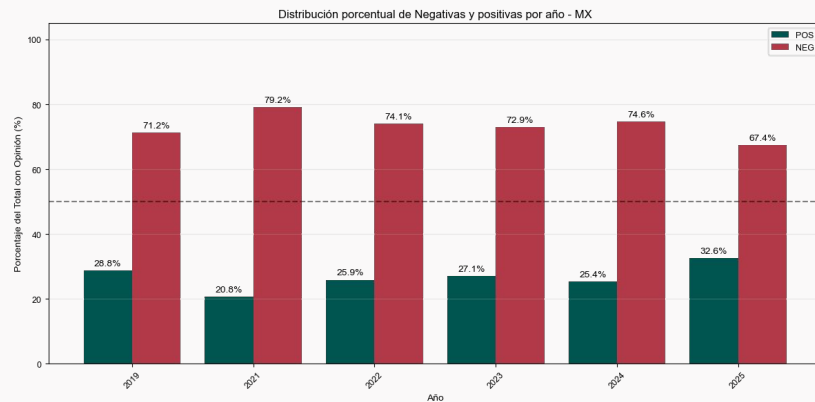
La negatividad como motor de visibilidad



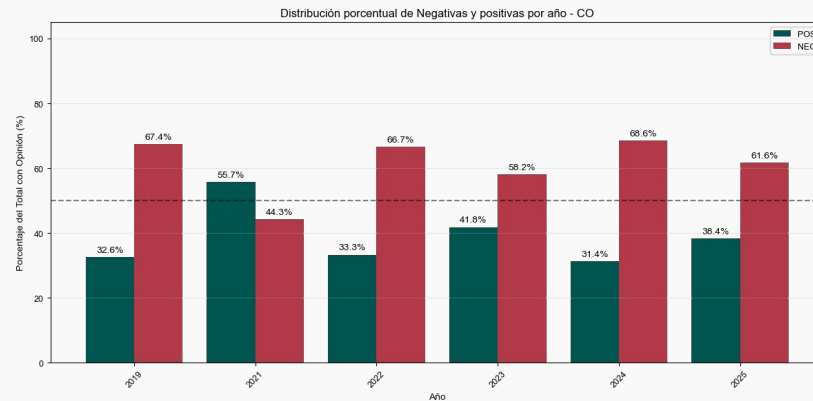
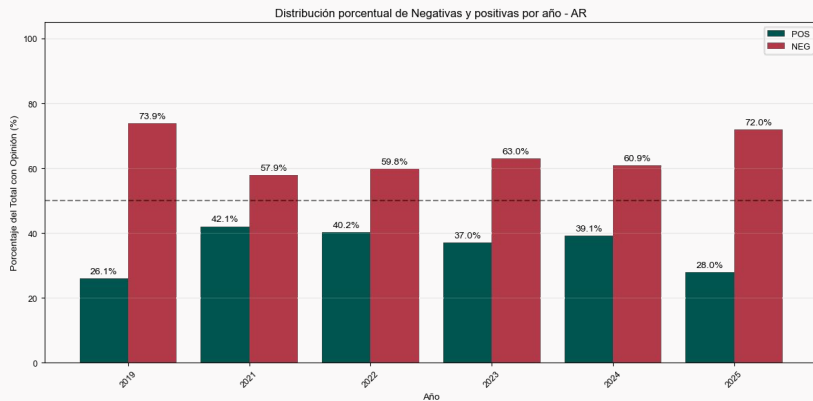
En 2019, el ambientalismo logró su mayor instalación en la conversación pública utilizando emociones negativas.

Una comunicación basada en el miedo al colapso permitió al ambientalismo posicionar sus temas en la agenda pública.

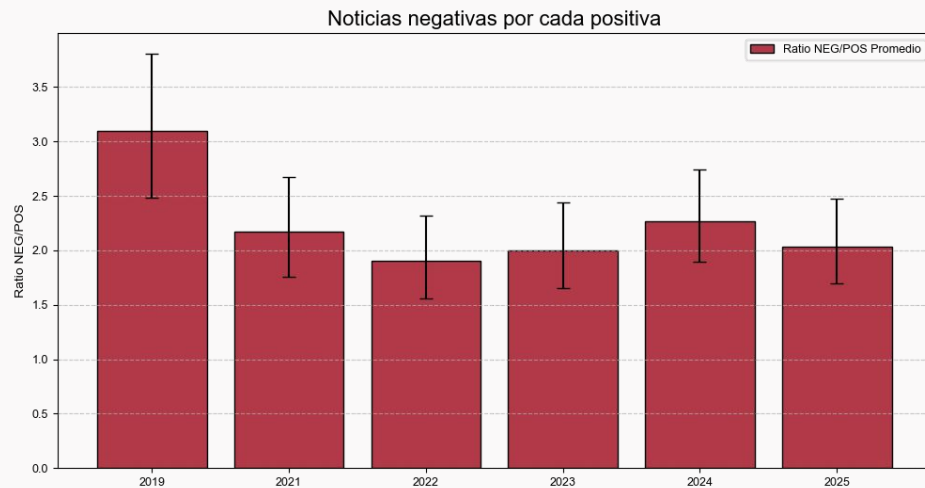
Distribución porcentual de noticias positivas y negativas por año (México y Chile)



Distribución porcentual de noticias positivas y negativas por año (Argentina y Colombia)



Validación metodológica – Bootstrap



Bootstrapping

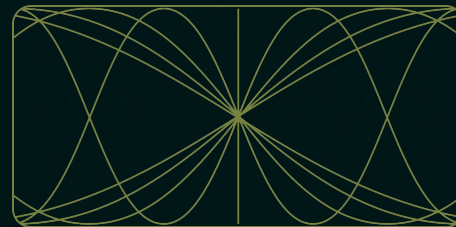
El *bootstrapping* es una técnica estadística que genera muchas muestras aleatorias simuladas a partir del mismo conjunto de datos, permitiendo analizar su distribución.

Tendencia general: la negatividad supera de manera estadísticamente significativa a la positividad en toda la serie de noticias sobre cambio climático.

Aunque en 2025 parece bajar la negatividad respecto a 2024, el intervalo de confianza confirma que esa diferencia no es estadísticamente significativa.

MEDIOS Y AMBIENTE

Análisis del discurso



(Lat.
25)



¿Qué emociones circulan
en las noticias climáticas?

(Lat.
25)

0/ 4 2

¿Cómo lo hicimos?

A partir de un corpus de titulares y textos de noticias sobre cambio climático construimos una bolsa de palabras para identificar los conceptos más frecuentes en la cobertura mediática. El proceso incluyó limpieza del texto, lematización y eliminación de palabras vacías, para luego contabilizar la frecuencia de cada término. Finalmente, categorizamos las palabras en dos grandes grupos narrativos.



Comunicación colapsista: términos asociados a miedo o urgencia (*catástrofe, desastre, crisis, amenaza...*)



Comunicación constructiva: términos asociados a soluciones y acción (*desarrollo, justicia, energía, oportunidad...*)

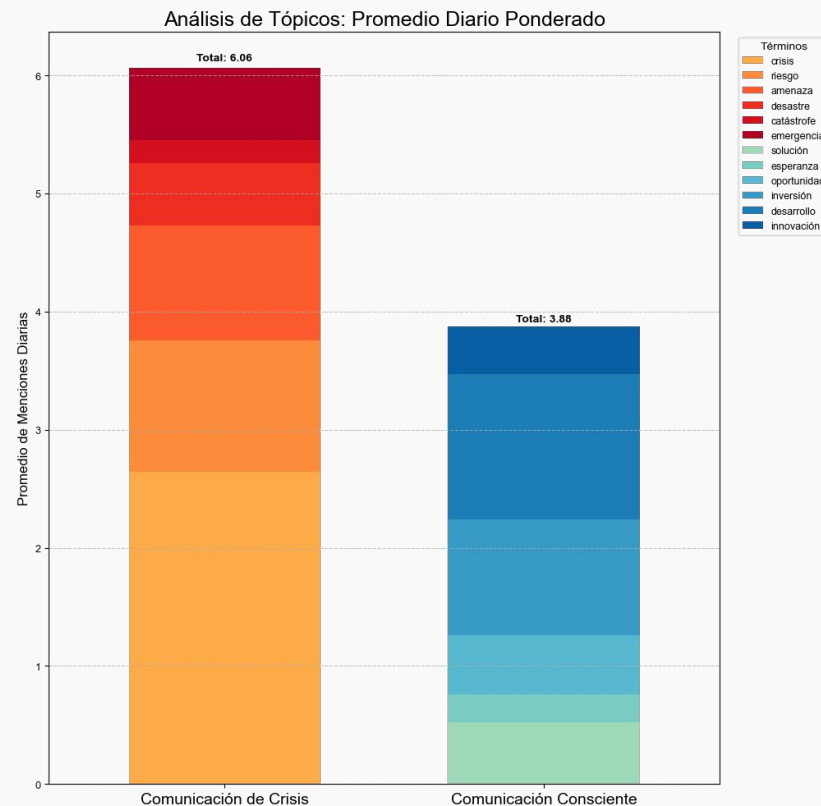
Términos

	crisis
	riesgo
	amenaza
	desastre
	catástrofe
	emergencia
	solución
	esperanza
	oportunidad
	inversión
	desarrollo
	innovación

¿Qué palabras circulan en las notas?

El discurso mediático climático está claramente sesgado hacia el uso de lenguaje colapsista. Las palabras que podrían movilizar desde la esperanza son menos frecuentes.

Más del 60% de las noticias tienen lenguaje colapsista.



Mejora metodológica: No todo lo que suena bien es positivo

Detectamos que el análisis de frecuencia de palabras no siempre refleja el tono real del discurso.

Por ejemplo, una palabra positiva como “*solución*” puede aparecer en un contexto negativo:

| “No hay solución al Cambio Climático”

Para evitar interpretaciones engañosas, incorporamos un análisis del contexto emocional de cada término.

Esto nos permitió no solo medir qué palabras aparecen, sino también cómo se usan, diferenciando entre usos que transmiten esperanza o alarma.

The image is a screenshot of the BBC News Mundo website. At the top, there is a red header bar with the BBC logo and the text 'NEWS MUNDO'. Below this, a navigation bar lists various news categories: Noticias, América Latina, Internacional, EE.UU., Economía, Ciencia, Salud, and Cultura. Underneath the navigation bar, there is a sub-header for 'Centroamérica cuenta'. The main content area features a large, bold headline in Spanish: 'No hay solución al cambio climático, advierte académico'.

Noticias América Latina Internacional EE.UU. Economía Ciencia Salud Cultura

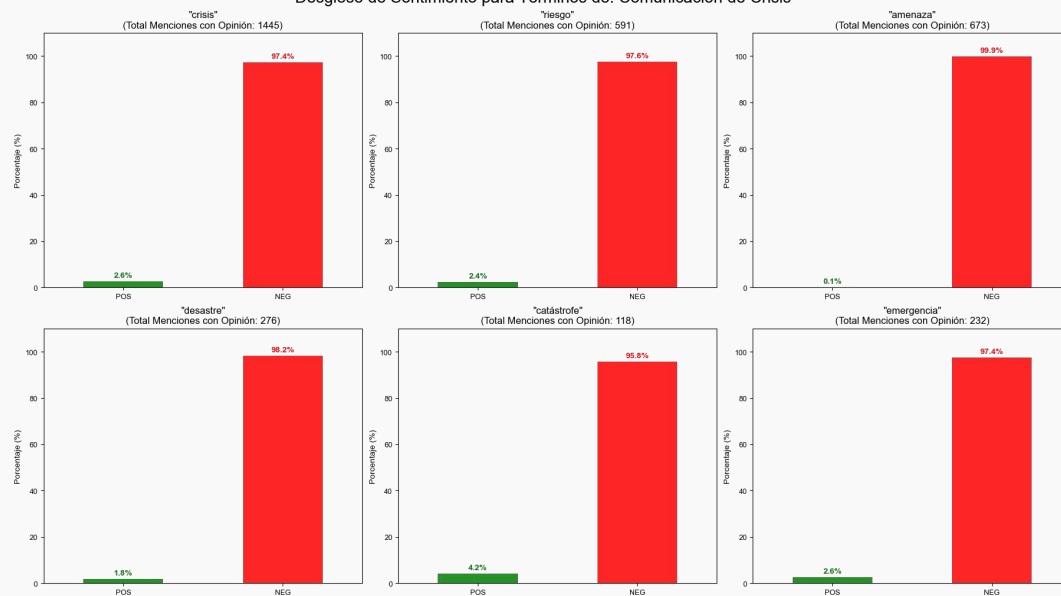
Centroamérica cuenta

No hay solución al cambio climático, advierte académico

Todo lo que suena mal es negativo

Los términos de comunicación colapsita (*catástrofe*, *colapso*, *emergencia*, etc) son utilizados en contextos negativos en más de un 95% de las veces.

Desglose de Sentimiento para Términos de: Comunicación de Crisis



Pero no todo lo que suena bien es positivo

Incluso los términos asociados a una comunicación más positiva (*solución, acción, futuro*) también aparecen en titulares negativos.

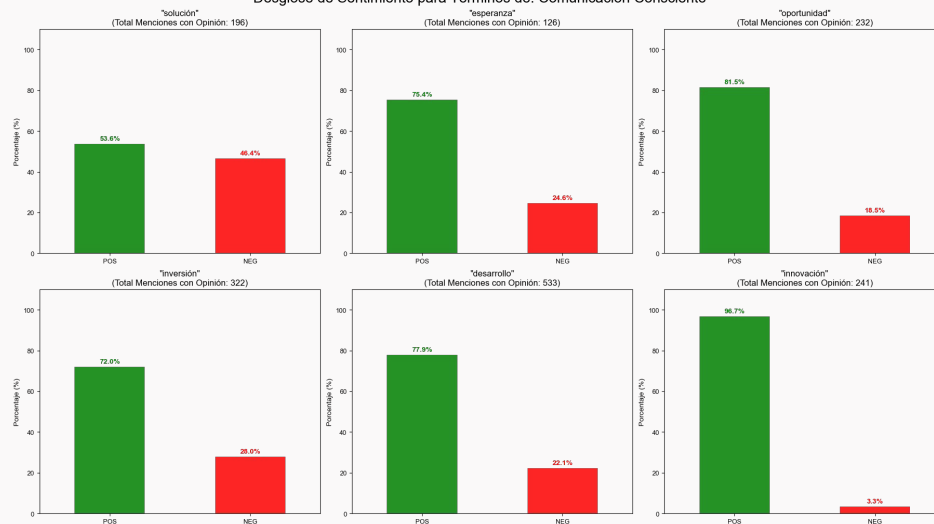
¿Qué implica esto?

Que muchas narrativas climáticas reproducen emociones paralizantes, incluso cuando usan palabras que parecen esperanzadoras.

Más del 40% de las noticias que hablan de “solución” lo hacen de manera negativa.

Esto afecta la forma en que el público se vincula (o no) con la acción climática.

Desglose de Sentimiento para Términos de: Comunicación Consciente



BBC

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-59280717>

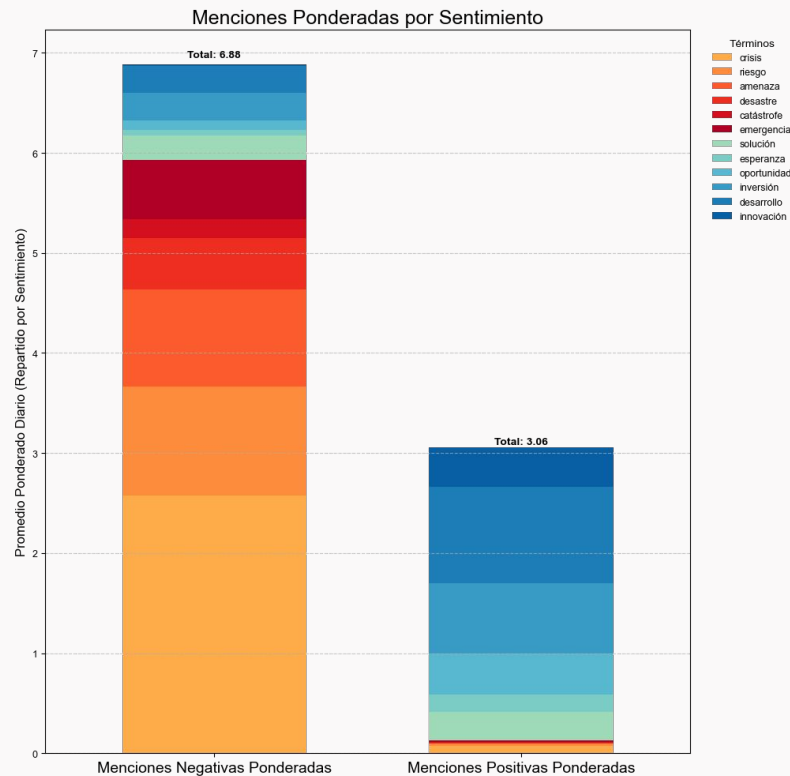
[el acuerdo climático "no evitará que nos ahogemos"](#)

14 nov 2021 — El **acuerdo** logrado en la cumbre **climática** COP26, en Glasgow, planea reducir la dependencia mundial del carbón y promete destinar más dinero ...

¿Qué palabras circulan en las notas?

Las palabras vinculadas a narrativas positivas son utilizadas negativamente en un 25% de las veces.

Esta calibración en el enfoque nos permitió observar que, al combinar el uso de los 12 términos analizados, la brecha entre ambos tipos de narrativas se amplía significativamente.

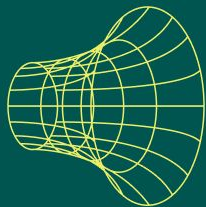


Una colaboración de:



+





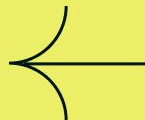
Medios & Ambiente

2017-2025



Argentina, Chile, Colombia, México

ENTENDER PARA CAMBIAR



Latam
Lab

Hub 