

2010

## Carabaza, J. y Lozano, J.C. (Eds.) (2009). *Comunicación y Medio Ambiente*. Monterrey, México: ITESM

Oscar Mario Miranda Villanueva  
*Tecnológico de Monterrey*

Follow this and additional works at: <https://rio.tamiau.edu/gmj>

---

### Recommended Citation

Mario Miranda Villanueva, Oscar (2010) "Carabaza, J. y Lozano, J.C. (Eds.) (2009). *Comunicación y Medio Ambiente*. Monterrey, México: ITESM," *Global Media Journal México*: Vol. 7 : No. 14 , Article 8. Available at: <https://rio.tamiau.edu/gmj/vol7/iss14/8>

This Article is brought to you for free and open access by Research Information Online. It has been accepted for inclusion in *Global Media Journal México* by an authorized editor of Research Information Online. For more information, please contact [benjamin.rawlins@tamiau.edu](mailto:benjamin.rawlins@tamiau.edu), [eva.hernandez@tamiau.edu](mailto:eva.hernandez@tamiau.edu), [jhatcher@tamiau.edu](mailto:jhatcher@tamiau.edu), [rhinojosa@tamiau.edu](mailto:rhinojosa@tamiau.edu).

## Reseña de Libro

### **Carabaza, J. y Lozano, J.C. (Eds.) (2009). *Comunicación y Medio Ambiente*. Monterrey, México: ITESM**

#### **Oscar Mario Miranda Villanueva**

Tecnológico de Monterrey

El libro *Comunicación y medio ambiente*, editado por los autores Julieta Carabaza y José Carlos Lozano, aborda el tema del medio ambiente en los medios masivos de comunicación y su impacto en la cultura ambiental de audiencias. Los autores se plantean como objetivos principales detectar que tanto se promueve o afecta el desarrollo de una conciencia ambiental en los televidentes de todo tipo de géneros y secciones, y propiciar la discusión y análisis de lo que se reflexiona y se debate en países como México en relación a esta temática.

La obra consta de seis apartados en los cuales participan diversos autores abordando la temática del libro vista desde distintas perspectivas y lugares. En *Ecología y comunicación*, por ejemplo, el autor Fernando Roca Alcázar discute el por qué de la importancia de la Ecología en la actualidad y cómo la acción de comunicar con conocimiento de causa es fundamental para una correcta divulgación del tema. En *La contribución de los métodos etnográficos a los diseños estratégicos de promoción ambiental*, por otro lado, Jorge Moreno Aragón realiza una argumentación teórica para el desarrollo de una propuesta metodológica capaz de sustentar diseños de promoción ambiental y hacer participativo al destinatario en el proceso creativo y de comunicación.

En el apartado *La televisión y su impacto en la cultura ambiental de audiencias de Monterrey, Guadalajara y Cd. de México*, los autores José Carlos Lozano y Julieta Carabaza se plantean como objetivo evidenciar datos que permitan apoyar la elaboración de políticas públicas en el ámbito de la comunicación ambiental. Parten de una metodología mixta para recolectar datos tanto cualitativos como cuantitativos de la programación televisiva y de las audiencias. Entre los hallazgos se muestra que en la programación comercial se incluye la temática ambiental de acuerdo al género televisivo del que se trate, y que ello aunado a la educación y a la experiencia diaria participa en la construcción de la cultura ambiental. *Del hecho ambiental a la crisis social*, por otro lado, plantea mostrar las diferentes herramientas lingüísticas y visuales utilizadas por el diario *El País* para construir el hecho del naufragio del petrolero *Prestige*. La autora Beatriz Padilla Villarreal realiza un análisis cualitativo y cuantitativo de las notas publicadas en dicho periódico a través del cual argumenta que la cobertura del suceso promovió el surgimiento de una crisis social y política en España, y el debilitamiento del entonces presidente José María Aznar.

En *El medio ambiente como una referencia dominante en la construcción social del acontecer catastrófico*, Carlos Lozano Ascencio realiza una discusión acerca de la relación entre los seres humanos y el medio ambiente, desde tres puntos de vista: El miedo como una constante histórica, la construcción de los dominios de supervivencia y de existencia que han permitido a los seres humanos adaptarse al medio ambiente, y la construcción social y mediática que incluye al medio ambiente

como una referencia dominante. Por otro lado, Julieta Carabaza en *Para actuar en forma acompasada local y globalmente: Una estrategia para la comunicación ambiental* realiza una propuesta para contribuir en la generación de un ambiente rico en información sobre la problemática ambiental. De esta forma, la autora prevé una mayor participación social a través de los mecanismos propuestos y la implementación de los mismos.