

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Suárez Sucre, E.D; Arcila Calderón, C; Piñuel Raigada, J.L. (2013) Tratamiento de la temática referente al cambio climático en los medios digitales españoles. Estudio enmarcado en las cumbres del cambio climático de Cancún (2010) y Durban (2011). *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 6 (1), Artículo 8. Disponible en la siguiente dirección electrónica: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/>

TRATAMIENTO DE LA TEMÁTICA REFERENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO EN LOS MEDIOS DIGITALES ESPAÑOLES. ESTUDIO ENMARcado EN LAS CUMBRES DEL CAMBIO CLIMÁTICO DE CANCÚN (2010) Y DURBAN (2011)

COVERAGE OF CLIMATE CHANGE IN SPANISH DIGITAL MEDIA. STUDY IN THE FRAMEWORK OF THE CLIMATE CHANGE SUMMIT IN CANCUN (2010) AND DURBAN (2011)

SUÁREZ SUCRE, Elias. Universidad del Norte (Colombia)
esaide@uninorte.edu.co

ARCILA CALDERÓN, Carlos. (Universidad del Norte, Colombia / MDCS)
carcila@uninorte.edu.co

PIÑUEL RAIGADA, José Luis. Universidad Complutense de Madrid (España)
pinuel@ccinf.ucm.es

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

RESUMEN

A partir de un trabajo previo cuyo fin era establecer el discurso hegemónico de los medios televisivos españoles respecto al cambio climático (CC), el presente artículo da cuenta de un estudio en que se seleccionó un corpus de discursos mediáticos dentro de la prensa digital española, durante los días próximos a cada una de las dos últimas cumbres internacionales sobre el CC (Cancún, 2010, y Durban, 2011). Sobre estos textos se realizó un análisis de contenido con el objetivo de dar visibilidad a los rasgos que conciernen a la referencia del CC como tema de agenda pública. El análisis encontró escasos usos de los recursos digitales para la presentación de la información noticiosa por parte de los medios dentro de la muestra, correlaciones entre los emisores de los contenidos y las problemáticas planteadas en referencia al CC, y propone profundizar en los discursos que enmarcan el tipo de información que se le entrega al público lector.

Palabras clave: Digitales, Cambio Climático, España, Discurso Hegemónico, Agendas, Cumbres.

Recibido: 2012-12-11

Aceptado: 2012-12-12

ABSTRACT

From previous work whose aim was to establish the hegemonic discourse of Spanish television media on climate change (CC), this article reports on a study that selected a corpus of media discourse in Spanish digital media, during the days of the last two international Summits on the CC (Cancun, 2010, Durban, 2011). We made a content analysis with the goal of giving visibility to the features that concern the CC reference as a subject of public agenda. The analysis found little use of digital resources for the submission of information by the news media within the sample, correlations between the emitters of the contents and the issues raised in reference to the CC, and we propose to analyze the discourses that frame the type of information that is given to the reading public.

Key words: Digital Media, Climatic change, Spain, Hegemonic discourse, Agendas, Summits

Submission date: 2012-12-11

Acceptance date: 2012-12-12

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

1. INTRODUCCIÓN

Los riesgos y alteraciones generados por el cambio climático (CC) han estado presentes en la agenda científica desde el siglo pasado. Por tratarse de un fenómeno que genera repercusiones en los estilos de vida del hombre moderno, afectando sus procesos políticos, económicos y sociales, ha venido introduciéndose cada vez con más fuerza en las agendas informativas alrededor del mundo, es decir, es principalmente a través de los medios de comunicación que se representa públicamente esta problemática (Antilla, 2005).

Comunicar efectivamente las causas y efectos de los procesos medioambientales requiere comprimir las complejidades de las escalas temporales y espaciales en “titulares llamativos” que contengan información sucinta pero exacta, tanto en la primera presentación de la información como en comentarios cuidadosamente redactados al interior de las noticias. Estas representaciones son las que típicamente valoran los actores políticos, los medios de comunicación y los ciudadanos (Maxwell, 2010). Según el Eurobarometer Survey realizado durante el 2009 por la Comisión Europea, los ciudadanos españoles se encuentran por encima de la media, respecto a otros países de la UE, entre los que consideran que el CC como un problema muy serio al que hay que darle relevancia en cuanto a su tratamiento mediático (Hanemann, Labandeira, y Loureiro, 2011).

En años recientes, el papel de los nuevos medios¹ reportando los asuntos de concernimiento público ha sido reconocido ampliamente por investigadores y académicos, científicos y analistas políticos. Estos medios han establecido un profundo tratamiento de la información mediante la adquisición de nuevas competencias discursivas para la construcción de mensajes, dándole nuevas connotaciones a diferentes códigos comunicativos, visuales, textuales, sonoros, audiovisuales y gráficos. En internet existen diversas muestras de productos que concentran las ventajas de la edición digital en un formato de gran desarrollo, sobre todo en portales de diarios online de referencia, los cuales dedican importantes recursos humanos a la elaboración de productos donde la información en profundidad adquiere un enriquecimiento desconocido de sus funciones y sirve para distinguir las estructuras mediáticas en red por su valor informativo y de servicio a los usuarios (Larrondo Ureta, 2008).

¹ Medios de comunicación en plataformas digitales y caracterizados por su presencia virtual, que viene dado por la simulación de la realidad creada a través de sistemas basados en informática que suministran efectos visuales y auditivos, para proyectar al usuario en un entorno imaginario, con el cual interactúa en tiempo real, utilizando dispositivos que permiten un contacto multisensorial (Cely Alvarez, 1999).

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

El poder de estos nuevos medios en el modelamiento de la opinión y la agenda pública ha sido enmarcado principalmente bajo los estudios teóricos del *Agenda Setting*, los cuales plantean sus funciones principales como: influir en la importancia que se le da a los asuntos presentados y la segunda, mediar en la manera en la que el público asume los mismos; de lo que se puede inferir que dentro de sus funciones estaría involucradas las posibles soluciones o alternativas que se pueden plantear sobre las problemáticas presentadas (Liu, Vedlitz y Alston, 2008)

La investigación de la cual nace el presente artículo, emerge y se integra con un estudio realizado desde la Universidad Complutense de Madrid, cuyo objetivo principal era determinar el discurso hegemónico de los medios televisivos españoles sobre el cambio climático (Piñuel *et al*, 2012), a partir de las dos últimas cumbres del CC realizadas en Cancún (2010) y Durban (2011). Los estudio que presentamos a continuación realizado sobre medios digitales en España, complementan el trabajo de (Piñuel *et al*, 2012) en prensa y televisión. Para el análisis de los medios digitales se tomaron en cuenta tanto algunas de las variables que fueron aplicadas en el estudio de las noticias televisivas españolas, como otras variables propias del estudio de contenidos digitales.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Se realizó una revisión de la metodología establecida en el proyecto I+D+I “El discurso hegemónico de los media sobre el “Cambio Climático (Riesgo, Incertidumbre y Conflicto) y prueba experimental con discursos alternativos entre jóvenes”, realizado por el Grupo de Investigación MDCS de la Universidad Complutense de Madrid. Los códigos de esta investigación, enfocada en medios televisivos españoles, fueron adaptados para ser usados en medios digitales de países hispanoparlantes en general, separando en este punto el análisis para los medios digitales españoles y el realizado para los latinoamericanos, cuyos resultados serán publicado posteriormente.

Para delimitar el enfoque de este trabajo se plantearon los siguientes objetivos:

- Analizar la presentación formal de las noticias aparecidas en los medios digitales españoles.
- Dar cuenta de los distintos grados de relevancia con que el emisor presenta, en cada caso, las noticias a propósito de la Cumbres de Cancún y Durban.
- Dar cuenta de la alusión a personas, organismos y/o instituciones a quienes se da la palabra y resultan aludidos en el discurso.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

- Analizar la forma con la que se presentan las noticias seleccionadas y la respuesta de los lectores a las mismas.

Para conocer más detalladamente el tratamiento que los medios digitales hacen del tema del Cambio Climático, se hizo un análisis de contenido de los mismos. Las noticias (N= 105) fueron seleccionadas a partir de los siguientes criterios:

1. Selección de los principales medios digitales españoles a partir del Ranking de popularidad establecido por Alexa.com

Medios	Número de noticias	Alexa Rank
El Mundo	28	398
El País	28	377
20 Minutos	15	1260
La Vanguardia	3	1768
La Voz de Galicia	4	4476
Las Provincias	2	10377
La Razón	24	8467
Diario de Navarra	1	28482
Total	105	

Tabla 1 Tabla Muestral. Fuente: Elaborada por los autores

2. Búsqueda avanzada de noticias usando el rastreador de Google News, delimitando los resultados a partir de las palabras clave 'cambio climático' y las fechas alrededor de las cuales fueron realizadas las dos últimas cumbres de cambio climático: Cancún 29 Nov- 11 Dic 2010 y Durbán 29 Nov -12 Dic 2011. Se encontraron un total de 125 noticias. Seguidamente, se eliminaron las piezas noticiosas repetidas y aquellas que a pesar de contener las palabras como 'cambio climático', no guardaban relación con la temática. Esto dejó como resultado un total de sesenta noticias (N=60) enmarcadas en la cumbre de Cancún y cuarenta y cinco (N=45) noticias para la cumbre de Durban.

3. Las noticias seleccionadas fueron analizadas por dos equipos de trabajo: Uno cuyos integrantes pertenecían al *Seminario de Telecomunicación y NNTT* de la Universidad de los Andes (Venezuela) y otro en el *Observatorio de Medios y Opinión Pública de la Universidad del Norte* (Colombia). Los codificadores de cada equipo fueron oportunamente entrenados en el levantamiento de información. El

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

instrumento había sido previamente sometido a pruebas de validez (mediante juicio de expertos) y confiabilidad por medio de una prueba intercodificadores².

4. En análisis de los datos fue establecido en dos etapas: la primera consistió en un análisis general en cuanto a la presentación de la información por parte de los medios digitales españoles, contando los recursos multimedia e hipertextuales. La segunda etapa estuvo enfocada en la relaciones existentes entre los emisores de la información (Experto, Activista, Afectados/Victimtas, Entidades Sociales, Testigo, Políticos) (Piñuel et al, 2012) y los planteamientos de problemas, soluciones e impasses presentados en ésta.

Para el análisis final de datos se realizó primeramente un análisis descriptivo mediante el conteo de frecuencias en cada una de las variables medidas para conocer los porcentajes y tendencias centrales. Seguidamente se realizó un análisis correlacional con el fin de identificar la existencia o no de una asociación estadísticamente significativa entre variables. Fundamentalmente, y en vista de la presencia de variables categóricas y nominales, se llevó a cabo la prueba no paramétrica denominada Prueba de Independencia de Chi-Cuadrado (X^2). Una vez establecida la existencia de relaciones significativas entre las variables, se acudió al cálculo y revisión de los residuos tipificados dentro de las tablas de contingencia para identificar el origen de dicha relación, en términos de para qué categorías se da el impulso de la misma. Adicionalmente, para los cruces en que no se cumplían ciertos supuestos (que en ninguna de las casillas de la tabla de contingencia se encuentre una frecuencia esperada inferior a cinco, así como tampoco que ninguna frecuencia observada sea inferior a uno) se utilizó la Prueba Exacta de Fisher.

2. PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Una primera parte del análisis consistió en observar cómo se presentó la información referente al CC en los medios digitales españoles teniendo en cuenta la posibilidad de profundización que ofrece el discurso hipertextual, que se ha convertido en una de las principales características de algunos modelos informativos que se emplean en este entorno (Larrondo Ureta, 2008) y el manejo

² Esta prueba intercodificadores para verificar la confiabilidad del instrumento fue realizada para una muestra de 50 noticias del total de piezas analizadas para el estudio general de Hispano América y España. Esta prueba arrojó índices de confiabilidad aceptables para cada una de las variables, específicamente: el promedio de Kappa de Cohen para variables nominales fue de 0.865 (El valor mínimo aceptado es 0.60) y el promedio de la Rho de Spearman para variables métricas fue de 0.975 (todas por debajo de 0.001).

Versión PDF para imprimir desde
<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

de complementos del texto e hipertexto, como imágenes, videos y recursos sonoros.

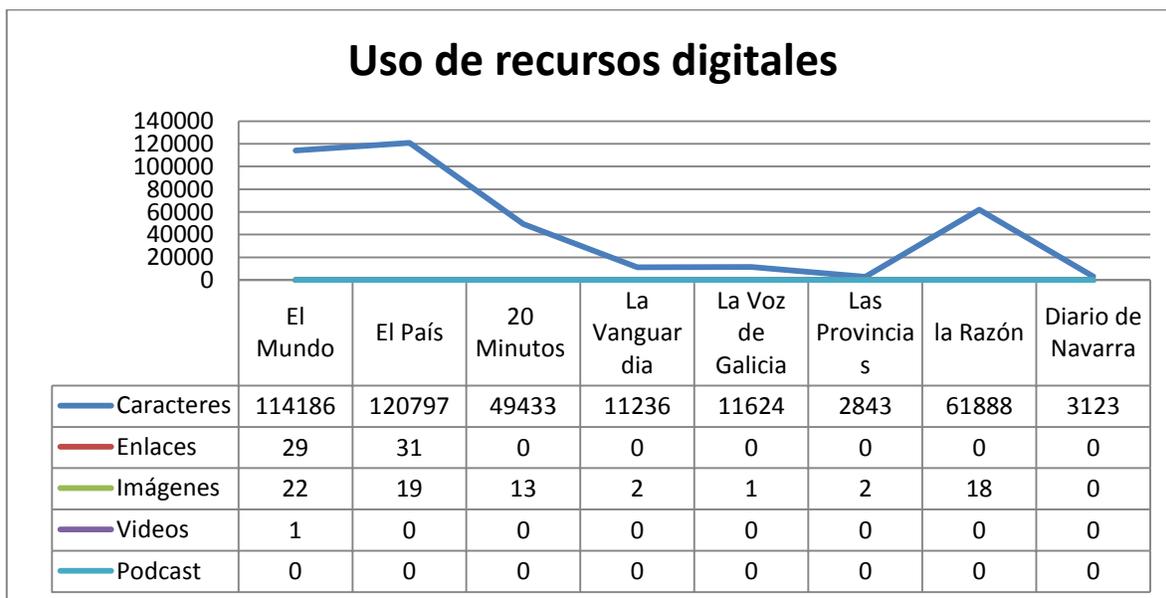


Gráfico 1 Uso de recursos digitales. Fuente: Elaborado por los autores

En el gráfico 1 se puede observar que los diversos medios españoles que trataron la temática del CC durante las cumbres de Cancún y Durbán (El Mundo, El País, 20 Minutos, La Razón, La Voz de Galicia, Las provincias, La voz de Galicia, La Razón y El Diario de Navarra), la presentación de la información a través del hipertexto (medido mediante el número de enlaces presentes en cada información) y los recursos multimedia de apoyo fue escaso. Fueron los diarios más reconocidos, El Mundo y El País, los que le dieron mayor uso al recurso hipertextual; sin embargo, en su mayoría, la presentación de las noticias fue de carácter plano y lineal.

También se reconoce en el gráfico que las diferentes extensiones dadas a los contenidos textuales en los medios digitales españoles que publicaron noticias referentes al CC en las fechas de las cumbres. Al igual que para el caso del hipertexto, son los medios más reconocidos los resaltan, presentando la información de manera más extensa.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Medio	Número de Comentarios
El Mundo	126
El País	0
20 Minutos	0
La Vanguardia	0
La Voz de Galicia	0
Las Provincias	0
la Razón	0
Diario de Navarra	0

Tabla 2 Número de comentarios por medio. Fuente: Elaborado por los autores

En la tabla 2 se observa, a través del número de comentarios en las noticias, las respuestas de los lectores a la información presentada por los diarios digitales dentro de la muestra. Sólo para El Mundo se perciben respuestas de los lectores a la información presentada.

2.1. RELACIONES ENTRE EMISORES Y PLANTEAMIENTOS EN LA INFORMACIÓN

Teniendo en cuenta la variable *¿Quién habla?*, es decir los *emisores*, (1. Afectados/víctimas; 2. Testigo; 3. Experto científico/técnico; 4. Políticos concernidos; 5. Inculpados; 6. Activistas; 7. Entidades sociales; 8. Otros), el mayor porcentaje de hablantes corresponde a los *testigos* (41,8%), seguidos por los *políticos concernidos*, quienes representaron 34,7% de los hablantes encontrados para el corpus de noticias dentro de la muestra. Por otra parte, los *expertos* ocupan un tercer lugar dentro de las proporciones que conforman los emisores, siendo estos el 28,6% del total de los hablantes en los artículos analizados. Finalmente, se encuentran *activistas*, *afectados* y *entidades sociales*, cada una de estas categorías siendo el 4,1% de la muestra, como se observa en el gráfico 7

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

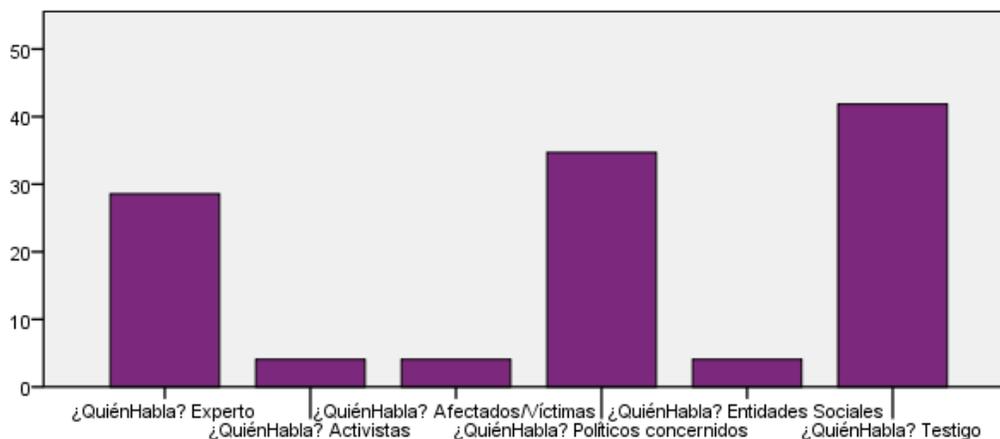


Gráfico 2 Porcentaje de los emisores dentro de la muestra. Fuente: Elaborada por los autores

En el gráfico 2 se observan enfrentados los diferentes emisores (variable *¿Quién habla?*) con la variable *modo de exposición* (1. expresa conformidad; 2. expresa enfrentamiento; 3. no compromete postura alguna), se encontró que el mayor porcentaje de noticias dentro de las que se *expresa enfrentamiento* son aquellas en las que participa un *testigo*, 58%, seguido por aquellas en las que participa un *político*, 32,25% y en tercer lugar aquellas en las que participa un *experto*, 19,35%. Sin embargo, esta diferencia en porcentajes podría ser parcialmente atribuible al hecho de que la mayoría de las observaciones corresponden precisamente a *testigos*, seguidamente a *políticos concernidos* y en tercer lugar a *expertos*. Para tener una idea de qué tan relevante es dicha consideración es importante tener en cuenta el otro lado del análisis, es decir *¿A qué porcentaje de las noticias en las que participa un testigo corresponden aquellas en las que se expone enfrentamiento?* Y de igual modo para las otras dos categorías de la variable *¿Quién habla?* se encontró que en el 45% de las observaciones en las que participa un *testigo* se *expresa enfrentamiento*, para el caso de los *políticos* la cifra corresponde al 30% y para el de los *expertos* a un 28,67%. En este sentido, se reafirman las posiciones anteriormente planteadas, en las que se refleja una mayor tendencia de las noticias en las que participa un *testigo* a que se *exprese enfrentamiento* cuando se compara con otros emisores. En contraste, al mirar las 63 observaciones en las que *no se compromete postura*, se identificó que el 36,5% corresponde a aquellas que incluyen *políticos concernidos*, 33,33% a *expertos* y 31,74% a *testigos*. En este caso, sin embargo, es importante tener en mente que de las 28 en las que se tuvo a un *testigo* como fuente, en 21 (75%) *no*

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

se comprometió postura, mientras que para el caso de los *políticos* la relación es 23 contra 33 (69.69%), tal como se observa en la tabla de contingencia 1.

¿Quién Habla ? ^a	Experto	Recuento	Modo			Total
			Expresa conformidad	Expresa enfrentamiento	No compromete postura alguna	
		1	6	21	28	
		% dentro de \$Fuente	3,6%	21,4%	75,0%	
		% dentro de ModoExpo	33,3%	19,4%	33,3%	
	Activistas	0	0	4	4	
		% dentro de \$Fuente	0,0%	0,0%	100,0%	
		% dentro de ModoExpo	0,0%	0,0%	6,3%	
	Afectados/Victimistas	0	0	4	4	
		% dentro de \$Fuente	0,0%	0,0%	100,0%	
		% dentro de ModoExpo	0,0%	0,0%	6,3%	
	Políticos concernidos	0	10	23	33	
		% dentro de \$Fuente	0,0%	30,3%	69,7%	
		% dentro de ModoExpo	0,0%	32,3%	36,5%	
	Entidades Sociales	0	1	3	4	
		% dentro de \$Fuente	0,0%	25,0%	75,0%	
		% dentro de ModoExpo	0,0%	3,2%	4,8%	
	Testigo	2	18	20	40	
		% dentro de \$Fuente	5,0%	45,0%	50,0%	
		% dentro de ModoExpo	66,7%	58,1%	31,7%	
Total		3	31	63	97	

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Tabla de contingencia 1 Fuente: Elaborada por los autores

Con respecto a la mirada de *¿Quién habla?* frente a la *propuesta de desenlace* encontrada dentro de la noticia (1. Se plantea solución; 2. Impasse (sin solución); 3. Sin planteamiento de problema); se observó que si bien el mayor porcentaje de observaciones en las que *se planteó una solución* fue aquellas donde la fuente era un *político* (47.37%), seguido por aquellas en las que era un *experto* (36.84%) o un *testigo* (26,05%); las categorías para las que el porcentaje de observaciones en las que *se plantea solución* en al menos 50% fueron *políticos* y *expertos*. En particular, de 33 noticias en las que había un *político* como hablante, en 18 (54,54%) *se planteó solución* para el problema; para los *expertos* la relación fue 14 contra 28 (50%.) En contraste; sólo en 20% de las noticias para las que había un

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

testigo como fuente se planteó solución, mientras que en 55% de ellas se planteó un *impasse* (sin solución), y en otro 25% no se planteó un problema. Adicionalmente, de las 24 observaciones en las que se planteó un *impasse*, sólo 1 (4,1%) correspondía a cada uno, *políticos* y *expertos*; mientras que dentro de las noticias en las que no hubo planteamiento de problema, en 36.11% y en 38.88% había respectivamente un *experto* y un *político* como hablante. Tal como se observa en la tabla de contingencia 2.

¿Quién Habla ? ^a	Experto	Recuento	Propuesta de desenlace			Total
			Impasse (sin solución)	Se plantea solución	Sin planteamiento de problema	
		1	14	13	28	
		% dentro de \$Fuente	3,6%	50,0%	46,4%	
		% dentro de PropuestaDe senlace	4,3%	36,8%	36,1%	
	Activistas	0	2	2	4	
		% dentro de \$Fuente	0,0%	50,0%	50,0%	
		% dentro de PropuestaDe senlace	0,0%	5,3%	5,6%	
	Afectados/Víc timas	0	3	1	4	
		% dentro de \$Fuente	0,0%	75,0%	25,0%	
		% dentro de PropuestaDe senlace	0,0%	7,9%	2,8%	
	Políticos concernidos	1	18	14	33	
		% dentro de \$Fuente	3,0%	54,5%	42,4%	
		% dentro de PropuestaDe senlace	4,3%	47,4%	38,9%	
	Entidades Sociales	0	2	2	4	
		% dentro de \$Fuente	0,0%	50,0%	50,0%	
		% dentro de PropuestaDe senlace	0,0%	5,3%	5,6%	
	Testigo	22	8	10	40	
		% dentro de \$Fuente	55,0%	20,0%	25,0%	
		% dentro de PropuestaDe senlace	95,7%	21,1%	27,8%	
Total		23	38	36	97	

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Tabla de contingencia 2 Fuente: Elaborada por los autores

Si analizamos el *tipo de solución* planteada (1. Basadas en interacciones en el sistema social; 2. Basadas en interacciones comunicativas; 3. Basadas en interacciones con el entorno; 4. No hay solución) y teniendo en cuenta el *emisor*, se identificó que dentro de las noticias en las que la fuente era un *experto* en 25%

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

de ellas se planteaban *soluciones basadas en interacciones con el entorno*, y en otro 25% *interacciones basadas en el sistema social*, mientras que dichas noticias constituían respectivamente el 30,43% y 41,17% de las observaciones en las que se planteaban éste tipo de soluciones. En 42,42% y 9% de las noticias en las que participaron *políticos* como fuente se plantearon *soluciones basadas en interacciones con el entorno* y en *interacciones con el sistema social*, respectivamente. De forma inversa, las noticias en las que participó un *político* corresponden al 60,87% y 17,64% de aquellas en las que se plantearon *soluciones basadas en interacciones con el entorno* y en *con el sistema social*, según corresponda. Sólo en 2 de las 42 (4,7%) observaciones en las que se planteó algún tipo de solución, ésta estaba *basada en interacciones comunicativas*; y dentro de ésta categoría, se encontró que hablaban *testigos, políticos y expertos*. Tal como se observa en la tabla de contingencia 3.

Tabla de contingencia ¿Quién Habla? - Solución Propuesta

¿Quién Habla?	Experto	Recuento	SolPropuesta				Total
			Basadas en Interacciones Comunicativas	Basadas en Interacciones con el entorno	Basadas en Interacciones en el Sistema Social	No hay solución	
?ª		1	7	7	13	28	
	% dentro de \$Fuente	3,6%	25,0%	25,0%	46,4%		
	% dentro de SolPropuesta	50,0%	30,4%	41,2%	23,6%		
Activistas		0	1	1	2	4	
	% dentro de \$Fuente	0,0%	25,0%	25,0%	50,0%		
	% dentro de SolPropuesta	0,0%	4,3%	5,9%	3,6%		
Afectados/Victimistas		0	2	1	1	4	
	% dentro de \$Fuente	0,0%	50,0%	25,0%	25,0%		
	% dentro de SolPropuesta	0,0%	8,7%	5,9%	1,8%		
Políticos concernidos		1	14	3	15	33	
	% dentro de \$Fuente	3,0%	42,4%	9,1%	45,5%		
	% dentro de SolPropuesta	50,0%	60,9%	17,6%	27,3%		
Entidades Sociales		0	2	0	2	4	
	% dentro de \$Fuente	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%		
	% dentro de SolPropuesta	0,0%	8,7%	0,0%	3,6%		
Testigo		1	3	7	29	40	
	% dentro de \$Fuente	2,5%	7,5%	17,5%	72,5%		
	% dentro de SolPropuesta	50,0%	13,0%	41,2%	52,7%		
Total		2	23	17	55	97	

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Tabla de contingencia 3 Fuente: Elaborada por los autores

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Posteriormente, y con el fin de encontrar asociaciones significativas entre las variables, se estudió la relación existente entre la categoría específica de hablante (variable *¿Quién habla?* como variable independiente, VI) y las siguientes variables dependientes: el *modo*, la *propuesta de desenlace* con la que se concluyó, el *tipo de solución propuesta*, el *tipo de impasse* enunciado (1. Responsabilidades en el sistema social; 2. Responsabilidades en los sistemas de comunicación; 3. Insostenibilidad propia del entorno; 4. No se enuncia), el *medio* en el que la noticia fue publicada y la *fecha* (año de publicación: 2010 ó 2011).

Del análisis anterior, se encontró que la asociación entre la *propuesta de desenlace* en una noticia y el hecho de que hubiese un hablante *experto* dentro de la misma resultó ser significativa al 95% de confianza ($X^2(2, N = 97) = 8.831, p < .05$.) En particular, al observar los residuos tipificados se encontró que cuando hay una fuente *experta* dentro de la noticia la propensión a que se *plantee un impasse* disminuye ($| -2.2 | > 1.96$).

La relación entre la *propuesta de desenlace* en una noticia y el hecho de que hubiese un hablante *político* también mostró ser significativa al 99% de confianza ($X^2(2, N = 97) = 12.418, p < .01$.) Como en el caso anterior, el cálculo de los residuos tipificados reveló que cuando se encuentran *políticos concernidos* como fuentes de la noticia hay menor propensión a encontrar que se *plantee un impasse* ($| -2.4 | > 1.96$) con relación a aquellas noticias en las que no hay *políticos* como hablantes.

Al tomar la variable dicótoma habla un *testigo*, también se encontró que existía una relación significativa entre ésta y la *propuesta de desenlace* en la noticia, con 1% de error ($X^2(2, N = 97) = 37.185, p < .01$.) Sin embargo, la presencia de *testigos* incrementa la tendencia a que se *concluya con un impasse* ($4.1 > 1.96$), inversamente la no presencia de *testigos* reduce dicha propensión ($| -3.4 | > 1.96$).

Se encontró adicionalmente una relación significativa entre la presencia de un *testigo* dentro de la noticia y el *medio* específico en el que dicha noticia fue publicada, la significancia fue del 99% ($X^2(3, N = 86) = 26.220, p < .01$.) Concretamente, cuando la noticia fue publicada en el medio virtual "20 Minutos" la propensión a que un *testigo* participara de la noticia era mayor ($2.4 > 1.96$). vs. la propensión a que no participara uno ($| -2.2 | > 1.96$); mientras que cuando se trata del medio "El Mundo" la situación es contraria. Es decir; la tendencia a que un *testigo* participe decrece ($| -2.8 | > 1.96$.) frente a la tendencia a que no participe uno ($2.5 > 1.96$).

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

3. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La presentación de la información por parte de los medios digitales españoles guarda cierta relación en cuanto al manejo de los recursos que se supone se podrían encontrar en los formatos propiamente digitales. Encontramos dentro de la muestra medios como *elmundo.es*, *eleaís.com* y *lavanguardia.es* que acorde con Larrondo Ureta (2008) representan el legado en internet de cabeceras españolas de calidad y al igual que sus homólogos impresos, son medios consolidados en su sector. Notamos también que los otros medios de la muestra no dan gran uso a los recursos que tienen bajo su disposición para el tratamiento de la información referente al CC (Gráfico 1). Desde otro punto de vista, podría considerarse que no es necesario profundizar demasiado en la temática cuando se desea informar sobre ella; tal como afirma (Lozano Ascencio, 2013): lo que más les interesa a los ciudadanos que no entienden las explicaciones técnicas, científicas o políticas sobre los riesgos del cambio climático es que la información sea un discurso coherente, verosímil con lo que entiende (o cree entender) sobre el CC, sin generar discursos complejos que podrían apartar el interés de los lectores asiduos a estos medios.

Considerando la totalidad de la muestra (105 noticias), las respuestas o comentarios del público (126) son prácticamente nulos para los casos de ambas cumbres. Teniendo en cuenta que todos los comentarios observados dentro de la muestra pertenecen a un único diario (*elmundo.es*), podría afirmarse que los lectores se encuentran más impulsados a establecer una retroalimentación a la información presentada por los diarios digitales con mayor representatividad en el mercado, basada en la credibilidad de su nombre impuesto en un principio por su versión impresa (Nielsen, 2012).

Los diarios digitales españoles le dan mayor espacio en sus noticias referentes al CC, a *testigos* generales de la temática, pero sin dejar de lado a los *políticos* y *científicos expertos*. Se creería que la participación de los *políticos* y *gobiernos* en el asunto dentro de los medios podría tener un mayor porcentaje, pero se observa que aunque su representación no es completamente baja, no aparece como la principal (Gráfico 2). Asimismo se observó que la participación de *políticos* dentro de la información traía consigo enfrentamientos en el relato noticioso (Tabla de contingencia 1) presentado *soluciones basadas en las interacciones sociales* en contraste a aquellas informaciones que aunque incluían enfrentamientos en el relato, estaban enmarcadas en emisores *científicos* o *testigos* y presentaban *soluciones basadas en interacciones con el entorno*. Lo anterior podría complementarse a que en el tratamiento mediático televisivo enmarcado en las

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

dos últimas cumbres del CC, los políticos han mostrado una disminución en el interés referente a este asunto (Aguila C., 2013), presentándose a sí mismos sin nuevos aportes a la solución de los problemas que este acarrea (Piñuel *et al*, 2012).

Estos resultados complementan parcialmente los presentados en estudios realizados para medios televisivos (Piñuel *et al*, 2012; Aguila C., 2013), llevando a analizar los efectos planteados teóricamente por el *Agenda Setting* dentro de los escenarios virtuales en los cuales los medios de comunicación han encontrado nuevas herramientas para presentar información noticiosa. Existieron limitaciones temporales para abordar más a profundidad el tema dentro de este estudio; sería necesario generar análisis de discursos a los contenidos seleccionados para profundizar y comprender cómo los medios digitales abordan y enmarcan la temática del cambio climático, no sólo en fechas donde este asunto se transforma en información de interés público, sino en fechas diferentes a las ahora analizadas.

4. AGRADECIMIENTOS

Los autores agradecen al Ministerio Español de Ciencia e Innovación el apoyo económico otorgado al Proyecto I+D ref. CSO2010-16936, dirigido por J. L. Piñuel y titulado *El discurso hegemónico de los Media sobre el "Cambio Climático" (Riesgo, Incertidumbre y Conflicto) y prueba experimental con discursos alternativos entre jóvenes*, del cual proceden las variables nominales aplicadas al análisis de contenido aquí practicado. Asimismo, agradecen el apoyo de Michelle Acevedo, Janina del Portillo y Bruno Solano en la recolección y análisis de datos. Finalmente, agradecen el apoyo logístico del Observatorio de Medios y Opinión Pública de la Universidad del Norte (Colombia).

5. BIBLIOGRAFÍA

1. Aguila C., J. C. (2013). El Framing en las noticias sobre las cumbres del cambio climático en la televisión española. Anuario Electrónico de Estudios de Comunicación Social Disertaciones. 6(1).
2. Antilla, L. (2005). Climate of scepticism: US newspaper coverage of the science of climate change. *Global Environmental Change*. 338–352.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

3. Boykoff, M. T. (s.f.). El caso del cambio climático. Los medios y la comunicación científica. Ponencia en el curso virtual Comunicación y Cambio Climático. Universidad de Málaga.
4. Cely Alvarez, A. M. (1999). Elementos para caracterizar los "nuevos" medios de comunicación. *Revista Latina de comunicación social*. 1138-5820.
5. Hanemann, M., Labandeira, X., & Loureiro, M. L. (2011). Preferencias Sociales sobre Políticas de Cambio Climático: Evidencia para el caso de España. *Economics for Energy*.
6. Larrondo Ureta, A. (2008). Estrategias de producción online para el tratamiento informativo en profundidad. *Revista Latina de Comunicación Social*. 473-479.
7. Lester, L., & Cottle, S. (2009). Visualizing Climate Change: Television News and Ecological Citizenship. *International Journal of Communication* , 920-936.
8. Liu, X., Vedlitz, A., & Alston, L. (2008). Regional news portrayals of global warming and climatic change. *Environmental science & policy*. 3 7 9 – 3 9 3.
9. Lozano Ascencio, C. (2013). El cambio climático en los telediarios: alusiones a la catástrofe en tiempos de calma. *Anuario electrónico de estudios de comunicación social "Disertaciones"*. 6(1).
10. Nielsen, R. K. (2012). Ten years that shook the media world. Roma: Reuters Institute for the study of journalism.
11. Olausson, U. (2010). Towards a European identity? The news media and the case of climate change. *European Journal of Communication*. 25(2), 138-152.
12. Piñuel Raigada, J. L., Águila Coghlan, J. C., Teso Alonso, G., Mariño, M. V., & Gaitán Moya, J. A. (2012). Comunicación, controversias e incertidumbres frente al consenso científico acerca del Cambio Climático. Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social.
13. Smith, J. (2005). Dangerous news: Media decision making about climate change risk. *Risk Analysis*. 25(6), 1471-1482.