

## Los políticos como fuentes de la información sobre cambio climático. Comparativa entre los digitales El País y ABC

Paloma Abejón<sup>1</sup>, Rafael Carrasco<sup>2</sup>, Javier Cabedo<sup>3</sup> y Montse Mera<sup>4</sup>

Recibido: 10 de marzo de 2020 / Aceptado: 27 de mayo de 2020

**Resumen.** El cambio climático (CC) es probablemente el tema científico más fuertemente politizado del siglo y el objetivo de esta investigación es detallar pautas sobre cómo son las informaciones que aparecen sobre este tema cuando la fuente es un político y determinar, entre otras cuestiones, a qué partidos pertenecen los políticos que aparecen como fuentes. La investigación parte del análisis de todas las noticias aparecidas en las ediciones digitales de dos de los principales diarios españoles, El País y ABC, durante el año 2017. Se ha recurrido a una metodología estadística a la hora de identificar diferencias significativas entre los dos diarios analizados y las variables de interés, utilizando tablas de contingencia con pruebas de chi-cuadrado. Las conclusiones permiten avanzar que la mayoría de los políticos que aparecen como fuentes en informaciones sobre CC son extranjeros y no españoles, así como que los políticos hacen muy poca pedagogía sobre cuestiones climáticas.

**Palabras clave.** cambio climático; prensa; España; política; fuentes de información

### [en] Politicians as sources of climate change information. Comparative between El País and ABC digitals

**Abstract.** Climate change (CC) is probably the strongest politically charged scientific matter of this century and the aim of this research is to detail some guidelines about how is the information regarding to this topic when it comes from a politician source and to determine, among other matters, which parties do the politicians who appear as sources belong. The research is carried out analyzing all online edition news published of two of the main spanish newspapers, 'El País' and 'ABC', during 2017. A statistical methodology has been used in order to identify significant differences between both newspapers and variables of interest, using contingency tables and Chi-square test. The conclusions show that most of the politicians who appear as information sources in information about CC are foreigners and not spanish, as well as politicians are rarely involved in pedagogy related about climatic issues.

**Keywords:** climate change; press; Spain; politicians; information sources

**Sumario:** 1. Introducción y objetivos 2. Relación entre medios de comunicación y el cambio climático en España 3. Metodología 4. Análisis de resultados: Los políticos en los contenidos sobre cambio climático 5. Discusión y conclusiones 6. Referencias bibliográficas

**Cómo citar:** Abejón, P., Carrasco, R., Cabedo, J. & Mera, M. (2020). Los políticos como fuentes de la información sobre cambio climático. Comparativa entre los digitales El País y ABC. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26 (4), 1283-1293. <http://dx.doi.org/10.5209/esmp.68175>

### 1. Introducción y objetivos

Los políticos han entrado de lleno en la comunicación sobre el cambio climático empujados por el creciente interés social de sus posibles votantes sobre las cuestiones medioambientales. Autores como Meira (2011), recuperando la teoría de otros anteriores como Trumbo (1996) y Williams (2001), sostienen que la comunicación sobre el cambio climático ha evolucionado y que ya no son sólo los científicos los

que tienen el monopolio de los mensajes que se emiten sobre este tema.

Estudios como los de Boykoff y Roberts (2007) insisten en esta línea e indican que la presencia de información sobre cambio climático en los medios no se relaciona ya tanto con las alertas y los hallazgos científicos de relevancia como con eventos de naturaleza política.

Ladle y otros (2005) afirman que las noticias sobre cambio climático están instrumentalizadas y que

<sup>1</sup> Universidad Complutense de Madrid (España)  
E-mail: pabejonm@ucm.es

<sup>2</sup> Universidad Complutense de Madrid (España)  
E-mail: racarras@ucm.es

<sup>3</sup> Universidad Complutense de Madrid (España)  
E-mail: fcabedo@ucm.es

<sup>4</sup> Universidad Complutense de Madrid (España)  
E-mail: mmera@ucm.es

se trasladan a la escena política. Es decir, subrayan que tanto ONGs como líderes de opinión y políticos aprovechan la información sobre cambio climático para mover mediáticamente sus intereses. (Ladle et al. 2005: 239).

Painter y Ashe (2012) sostienen que existe cierta evidencia para argumentar que hay una fuerte correspondencia entre la inclinación política de un periódico y su disposición a citar o utilizar autores que defienden el escepticismo climático en sus artículos de opinión. Todo apunta en la línea de que efectivamente la información sobre cambio climático y medio ambiente cada vez está más politizada.

En España, el tratamiento de los medios de comunicación respecto al cambio climático ha sido ampliamente analizado, pero nunca se ha hecho específicamente centrándose en las informaciones que tienen como protagonistas a los políticos.

Tomando como base el trabajo de Carter (2006; 2007), entendemos por politización el hecho de que el cambio climático adquiera relevancia electoral y competencia entre los partidos políticos y que, como tal, se manifieste en los medios. Esta investigación se apoya en esa concepción de la información sobre el cambio climático como elemento utilizado por los políticos dentro de su posicionamiento en los medios, en contraposición a lo que opinan Pepermans y Maeseele (2016), que utilizan el término politización para referirse a informaciones que impulsan cambios radicales a nivel político, social, económico para enfrentar la problemática climática.

Carter (2013) identifica tres estrategias diferentes por parte de los partidos y coaliciones políticas para responder ante cuestiones de interés público que pueden relacionarse, perfectamente, con su posición ante el cambio climático. Serían: rechazar el tema de forma abierta y explícita (estrategia adversarial); ignorar o no considerar el tema (estrategia de indiferencia); o integrar el tema dentro de sus plataformas y agendas de acción. Nuestra hipótesis es que los políticos españoles han optado por la última opción y han integrado el cambio climático en sus agendas de acción como fórmula para posicionarse ante la opinión pública en general y ante sus posibles votantes en particular. Es decir, que están haciendo un uso político de la información sobre el cambio climático.

Las noticias aparecidas en los medios de comunicación durante 2017 serán la base de nuestra investigación, ya que los medios son elementos clave en la mediación de las “relaciones de definición” (Beck 1992) entre las esferas científica, pública y política.

## 2. Relación entre medios de comunicación y el cambio climático en España

Existe la creencia, por parte de algunos autores (Heras, 2015: 27), de que en España la actitud social y de los medios de comunicación frente al cambio climático está estrechamente relacionada con la actitud de

los políticos. Es decir, esta corriente entiende que la limitación de las respuestas humanas frente al cambio climático no es tanto por motivos tecnológicos como por motivos sociales y políticos (Heras, Meira y Benayas, 2016).

Numerosos estudios de distintos países (Weingart et al 2000; Anderson, 2009; Ahchong y Dodds, 2012; Lyytimaki, 2011; Painter, 2010; Kunelius y Eide, 2012, Andrews et al, 2014) coinciden en afirmar que los picos de atención al cambio climático que se dan en los medios de comunicación suelen coincidir con eventos de política internacional. Es decir, que los políticos son personajes generadores de atención en las informaciones sobre el cambio climático.

Es evidente que los políticos llevan tiempo interesándose por aparecer como elementos relevantes en las informaciones sobre cambio climático. En España, el estudio que más claramente pone de manifiesto esta tendencia es el de León (2014), que sitúa a los políticos gobernantes (32%) como la principal fuente de informaciones sobre el cambio climático, una vez analizadas las informaciones publicadas durante los seis primeros meses de 2011 en El País, El Mundo y ABC. La cifra de políticos que aparecen como fuentes incluye tanto gobernantes en el momento de la publicación (25,3%), como ex gobernantes (6,7%).

La investigación de León (2014) corrobora los resultados obtenidos en estudios realizados en otros países, según los cuales existe una fuerte tendencia a dar prioridad a las autoridades y gobernantes. Una investigación realizada por Kitzberger y Pérez (2009), que analizó una muestra de textos periodísticos de catorce diarios latinoamericanos, ya citaba a los políticos como la principal voz informativa de referencia en las informaciones sobre CC, después de las fuentes específicas del ámbito científico y de los funcionarios oficiales o gubernamentales y las organizaciones ambientalistas. Según dicho estudio, en Argentina los políticos eran la segunda fuente de información detrás de los científicos, mientras que en Brasil, Chile o Perú las fuentes gubernamentales eran las primeras.

Sin embargo, tanto el estudio de León (2014) como otros precedentes y posteriores se limitan a cuantificar la aparición de los políticos como fuentes y no a analizar con detenimiento cómo es la información sobre cambio climático que se da cuando aparecen como personajes relevantes dentro de las informaciones.

La tesis doctoral de Ángela De-Rueda (2014), “El discurso político y el tratamiento periodístico del cambio climático en la prensa española durante las Conferencias de las Partes de Naciones Unidas: de Copenhague (2009) a Varsovia (2013)”, ahonda en la relación entre el poder político y el cambio climático a través de los medios de comunicación, pero su enfoque se centra en los discursos de distintos políticos en cumbres y no en su aparición como meras fuentes de diversas y distintas informaciones en los medios.

También Fernández-Reyes (2010) aborda el tema, pero lo hace para determinar que la mediatización de la política, esto es, la tendencia de la acción política hacia los medios, justifica la importancia que hay que otorgarle a la influencia ideológica de los medios de comunicación en la cobertura del cambio climático.

Otros autores (Shoemaker & Reese, 1996) sostienen que las creencias políticas afectan la forma en que un periodista escribe sobre un tema en particular, en este caso, el cambio climático, y Armitage (2005) determinó que los políticos conservadores tienden a dudar del cambio climático y el consenso científico, mientras que los liberales tienden a creer en el tema y en las causas antropogénicas. Todos ellos tocan la relación entre los políticos y el cambio climático, pero lo hacen de forma tangencial a los objetivos de nuestra investigación.

Al margen de las citadas investigaciones centradas en la política y la información sobre cambio climático, los estudios más recientes sobre el tratamiento de los medios de comunicación en España respecto a este tema son los de Fernández-Reyes et al. (2015) sobre la cobertura del cambio climático en El País, El Mundo y La Vanguardia; el de Águila Coghlan (2016) sobre el tratamiento que se dio a las informaciones sobre las cumbres de Cancún y Durban en noticias de la televisión española, o el de Barranquero y Marín (2014), que se centraron en temas como la representación del cambio climático, catástrofes ambientales y de riesgo.

También Baquero y León (2013) analizaron el rigor científico de las informaciones sobre CC en la prensa y televisión españolas a partir de encuestas a científicos españoles especialistas que valoraban las noticias publicadas.

Compartimos con Fernández Reyes (2010) la idea de que una de las nuevas funciones del periodismo es la de colaborar en la emergencia de toda una nueva cultura basada en la sostenibilidad y entendemos que es importante conocer la cobertura mediática del cambio climático y del calentamiento global para la propuesta de políticas activas, tal y como sostienen, entre otros, Meira *et al* (2009, 2011, 2013); Teso, (2015) y Heras (2015).

Para nosotros, es evidente que la cobertura que los medios de comunicación otorgan al cambio climático repercute en el lugar que este tema ocupa en la agenda pública y, por ende, en la agenda política. Cuanta más cobertura, más importancia percibida (McCombs y Shaw, 1972). Y ello a pesar de que algunos resultados (Carmichael, J et al, 2017) sugieren que cuando los medios de comunicación presentan a la audiencia marcos sobre el cambio climático que no son consistentes con sus nociones preexistentes, en lugar de una posible reevaluación y actualización de sus creencias sobre el tema, parecen reforzar sus puntos de vista. Este efecto coincide con los efectos de “Medio Hostil” o “Boomerang” (Zhou, 2016), en los que se dice que las audiencias rechazan la cobertura que es in-

consistente con sus puntos de vista, especialmente cuando consideran que dicha cobertura es políticamente sesgada.

Las investigaciones y trabajos anteriormente presentados llevaron a establecer las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿En qué medida aparecen figuras políticas en los medios digitales El País y ABC en relación a las informaciones sobre el cambio climático? ¿De qué países son los que aparecen en mayor medida? Cuando se trate de políticos españoles, ¿a qué partido pertenecen?
2. ¿Con qué frecuencia aparece el presidente de Estados Unidos, Donald Trump en las diferentes informaciones publicadas por los dos medios objeto de estudio?
3. ¿Qué características presentan este tipo de informaciones en cuanto al tratamiento que de ellas hacen El País y ABC?
4. ¿En qué medida el tipo de informaciones analizadas presentan recomendaciones o cumplen una función pedagógica de formación en relación a evitar o frenar el cambio climático?
5. Por último, ¿existen diferencias estadísticamente significativas en los dos diarios analizados, El País y ABC?

Las preguntas de investigación llevaron a establecer los siguientes objetivos específicos que se plantean en la investigación, siendo estos:

1. Medir la presencia de personajes políticos como personajes principales en las informaciones relacionadas con el cambio climático a través de variables como el origen geográfico o el partido político de pertenencia cuando sean españoles, analizando además las posibles diferencias estadísticamente significativas entre los dos diarios objeto de estudio.
2. Medir la frecuencia del presidente de Estados Unidos, Donald Trump en las informaciones analizadas, identificando diferencias significativas entre El País y ABC.
3. Analizar las características generales de las informaciones publicadas en relación con temas concretos, secciones en las que aparecen las informaciones, días de la semana y géneros periodísticos, además de la importancia relativa de este tipo de informaciones a través de su aparición en las portadas de los diarios objeto de estudio.
4. Comprobar en qué medida las informaciones en las que aparecen los políticos como personajes relevantes de las informaciones muestran recomendaciones a los lectores para evitar el cambio climático

### 3. Metodología

Se seleccionaron todos los artículos periodísticos que contenían los términos: «climático», «calentamiento» o «efecto invernadero» publicados entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2017 en dos de los diarios digitales españoles de mayor importancia y con mayor distanciamiento ideológico, El País y ABC. El periodo de análisis elegido no fue al azar, 2017 fue seleccionado por ser el año en el que la información sobre cambio climático adquirió una relevancia muy significativa tras el anuncio de Donald Trump de que EE.UU. abandonaba el Acuerdo de París relativo al cambio climático.

La herramienta utilizada para recopilar la información fue el buscador especializado MyNews y se depuraron los errores diferenciando aquellos textos en los que los términos seleccionados únicamente se mencionaban, de aquellos en los que representaban el tema central del que trataba la información.

Las informaciones fueron procesadas por cuatro codificadores que respondían a dos perfiles distintos: estudiantes de doctorado o profesores universitarios licenciados en periodismo. El trabajo que realizaron fue el de trasladar los datos de las informaciones localizadas a las fichas de contenido. Los datos resultantes de la codificación se registraron en una base de datos para posteriormente trasladarlos al programa SPSS en su versión 24 para el análisis estadístico. A cada una de las informaciones se le aplicó una ficha de contenido previamente diseñada (Wimmer y Dominik, 1996; Krippendorff, 2004; Flick, 2004) en donde se identificaban variables como el tipo de fuentes que el autor citaba en la información, el géne-

ro periodístico, la sección en la que aparecían dentro del medio, si el contenido aparecía en portada, el día de la semana de publicación, el tema general y si la información hacía cierta pedagogía sobre el CC, es decir, si contenía recomendaciones para el lector respecto a cómo actuar para prevenirlo o no.

Tras la codificación realizada se seleccionaron aquellas informaciones que tenían como fuente a un político y resultaron válidas para el estudio 393 piezas. Entendemos por fuentes “las personas que el periodista observa o entrevista (...) y que proporcionan las informaciones de base o los apuntes para una noticia” (Gans, H. 1980) y compartimos con este autor que la característica más destacada de las fuentes es que suministran informaciones “en cuanto miembros o representantes de grupos (organizados o no) de interés o de otros sectores de la sociedad”.

Se recurrió a una metodología estadística a la hora de identificar diferencias significativas entre los dos diarios analizados y las diferentes variables de interés. Para ello se utilizaron tablas de contingencia con pruebas de chi-cuadrado (Rodríguez, 2004).

### 4. Análisis de resultados: Los políticos en los contenidos sobre cambio climático

Los políticos son el tercer colectivo que más aparece como fuente en las informaciones que se generan sobre temas relacionados con el cambio climático en España, por detrás de las entidades y organismos administrativos y de los científicos y se encuentran a un único punto porcentual detrás de estos últimos.

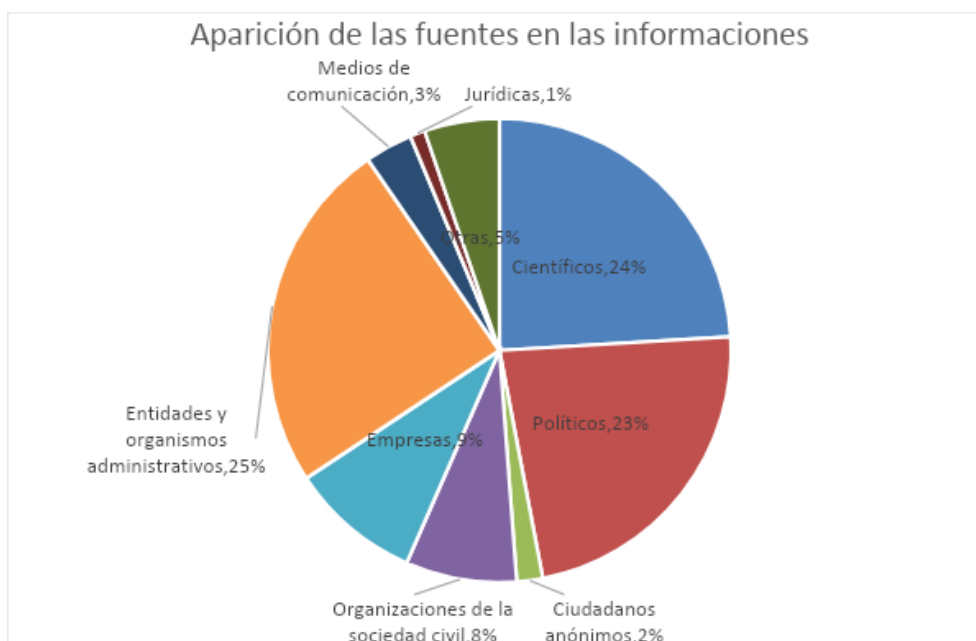


Gráfico 1. Fuente: elaboración propia

El análisis de las 393 informaciones sobre cambio climático que aparecieron publicadas en las ediciones digitales de El País y ABC en 2017 con un político como fuente principal revela que el 62,1% de las muestras tenía como protagonista a un político internacional, frente a un 37,9% que estuvieron protagonizadas por políticos nacionales.

De ese 37,9% de informaciones protagonizadas por políticos nacionales, un 14% lo fueron por políti-

cos de ámbito nacional, otro 14% por políticos autonómicos y un 9,9% tuvieron origen en representantes de instituciones locales o provinciales.

La investigación permitió, además, identificar diferencias significativas en cuanto al origen de los políticos aparecidos en las informaciones entre los dos diarios objeto de estudio ( $\chi^2(3)=92,65$ ;  $p<0,001$ ).

	El País	ABC	Total
<b>Local o provincial</b>	14,00	25,00	39,00
	6%	18%	10%
<b>Autonómico</b>	10,00	45,00	55,00
	4%	32%	14%
<b>Nacional</b>	32,00	23,00	55,00
	13%	16%	14%
<b>Internacional</b>	196,00	48,00	244,00
	78%	34%	62%
<b>Total</b>	252,00	141,00	393,00
	100%	100%	100%

Tabla 1. Fuente: elaboración propia

Así pues, se constata que aunque los dos diarios publicaron más informaciones con protagonistas políticos internacionales que españoles, el País lo hizo de manera mucho más significativa, ya que esta circunstancia se dio en el 78% de las informaciones analizadas, mientras que sólo sucedió en el 34% de las publicadas en ABC.

En el caso del diario ABC, después de los políticos internacionales los que más informaciones sobre cambio climático protagonizaron fueron los políticos autonómicos, ya que un 32% de las informaciones analizadas fueron protagonizadas por ellos, seguidos de los políticos locales o provinciales (25%). En el caso de El País, sin embargo,

después de las fuentes internacionales los políticos nacionales fueron los que más veces aparecieron como protagonistas (13%), seguidos de los locales y provinciales (6%) y, en último lugar, de los políticos autonómicos (4%).

Los datos muestran, además, que cuando la fuente principal de la información sobre cambio climático era un político internacional, en el 64,7% de los casos se trataba de un político americano. En este apartado no se detectan diferencias significativas entre El País y ABC, pero sí que las hay en relación a las informaciones que tienen como protagonista al presidente de Estados Unidos, Donald Trump ( $\chi^2(1)=28,80$ ;  $p<0,001$ ).

El político es Donald Trump	El País	ABC	Total
<b>Sí</b>	88	14	102
	34,8%	10,0%	26,0%
<b>No</b>	165	126	291
	65,2%	90,0%	74,0%
<b>Total</b>	253	140	393
	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Tabla 2. Fuente: elaboración propia

La investigación revela que el actual presidente de los EE.UU aparece como personaje relevante en el 26,5% del total de las informaciones analizadas, pero mientras en el El País protagoniza el 34,8% de las informaciones de fuente internacional, en ABC sólo lo hace en el 10% de las ocasiones.

Resulta interesante comprobar que el negacionismo de Trump en relación al cambio climático tiene su comprobación real, ya que cuando la fuente es un político americano la mayoría de las veces (65,2%) la información es protagonizada por un líder político que no es el presidente.

País de origen	El País	ABC	Total
<b>Alemania</b>	17	6	23
	16,5%	5,4%	10,7%
<b>España</b>	55	94	149
	53,4%	84,7%	69,6%
<b>Francia</b>	15	8	23
	14,6%	7,2%	10,7%
<b>Italia</b>	1	0	1
	1,0%	0,0%	0,5%
<b>Otros</b>	13	2	15
	12,6%	1,8%	7,0%
<b>Portugal</b>	0	1	1
	0,0%	0,9%	0,5%
<b>Reino Unido</b>	2	0	2
	1,9%	0,0%	0,9%
<b>Total</b>	103	111	214
	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Tabla 3. Fuente: elaboración propia

Siguiendo con los resultados de la investigación, se constata que en el 28,1% de los casos estudiados el político internacional que aparece como personaje relevante de una información sobre cambio climático publicada en España es europeo.

Como era previsible, la mayoría de los políticos que aparecen como fuente principal en las informaciones sobre cambio climático publicadas en España por políticos europeos eran españoles, en un 69,6% de los casos, pero se especifica que el segundo grupo de origen de los políticos europeos que hablan sobre este tema en las páginas de los diarios españoles analizados son los políticos franceses (10,7%), seguidos de alemanes, otro 10,7%; ingleses (0,9%); portugueses, un 0,5% e italianos, otro 0,5%.

En este caso, además, también existen diferencias estadísticamente significativas entre las informaciones que publica el diario El País y las que aparecen en el diario ABC ( $\chi^2(6)=29,40$ ;  $p<0,001$ ).

Como puede apreciarse, los políticos europeos que más aparecen como fuente principal en informaciones sobre cambio climático publicadas en El País, después de los españoles, son los alemanes (16,5%), y no los franceses, que son los más frecuentes en ABC (7,2%). Los políticos alemanes sólo protagonizan el 5,4% de las informaciones publicadas en ABC.

Además, mientras en la cabecera del grupo Prisa sí publican informaciones con políticos ingleses (1,9%) y también italianos (1%) como protagonistas, aunque pocas, en ABC no apareció ninguna en todo el año.

En el lado contrario, los políticos portugueses no aparecieron como fuente principal en ninguna información publicada en El País, mientras que sí lo hicieron en ABC (0,9%).

En el ámbito nacional, el estudio analiza, por primera vez, a qué partidos pertenecen los políticos españoles que han hablado sobre cambio climático y calentamiento global en los medios durante 2017.

Partido político mencionado	El País	ABC	Total
<b>PP</b>	26	34	60
	47,3%	37,8%	41,4%
<b>PSOE</b>	12	18	30
	21,8%	20,0%	20,7%
<b>Ciudadanos</b>	0	1	1
	0,0%	1,1%	0,7%
<b>Unidos Podemos y confluencias</b>	11	5	16
	20,0%	5,6%	11,0%
<b>Otros</b>	6	32	38
	10,9%	35,6%	26,2%
<b>Total</b>	55	90	145
	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Tabla 4. Fuente: Elaboración propia

La investigación señala que la mayoría de las informaciones publicadas sobre cambio climático, calentamiento global o efecto invernadero en España, el 41,38%, tuvieron como fuente a un político del Partido Popular (PP), pero el análisis realizado presenta diferencias significativas entre las noticias publicadas en los dos diarios si atendemos al partido político al que pertenecen las fuentes que aparecen con mayor frecuencia ( $\chi^2(4)=15,77$ ;  $p<0,05$ ).

Aunque en ambos diarios la mayoría de contenidos publicados tienen como protagonistas a políticos del PP (47,3% en El País y 37,8% en ABC), seguidos de políticos del PSOE (21,8% en El País y a 20,0% en ABC), se da una diferencia abismal entre las informaciones que tienen como fuente a políticos de Unidas Podemos. Mientras en El País la formación

que lidera Pablo Iglesias protagonizó un 20,0% de las informaciones publicadas, en ABC llegaron tan sólo al 5,6%.

Conviene subrayar también que mientras el diario El País casi equiparó el número de informaciones protagonizadas por un político del PSOE (12 en total a lo largo del año), con aquellas en las que la fuente principal era un político de Unidas Podemos (11), ABC inclinó la balanza a favor del partido liderado por Pedro Sánchez, con 18 informaciones frente a sólo 5 para el partido de Pablo Iglesias.

Otra diferencia es que en El País no se publicó en todo el año ni una sola información sobre estos temas cuya fuente principal fuera un político de Ciudadanos, algo que sí sucedió en ABC, aunque de forma escasa, sólo en una ocasión (1,1%).

Sección en el medio	El País	ABC	Total
<b>Internacional</b>	103	29	132
	40,9%	20,6%	33,6%
<b>Opinión</b>	30	1	31
	11,9%	0,7%	7,9%
<b>España</b>	12	4	16
	4,8%	2,8%	4,1%
<b>Economía</b>	30	1	31
	11,9%	0,7%	7,9%
<b>Medio ambiente</b>	22	0	22
	8,7%	0,0%	5,6%
<b>Cultura</b>	2	0	2
	0,8%	0,0%	0,5%
<b>Sociedad</b>	0	29	29
	0,0%	20,6%	7,4%
<b>Especiales o suplementos</b>	38	9	47
	15,1%	6,4%	12,0%
<b>Ediciones</b>	15	68	83
	6,0%	48,2%	21,1%
<b>Total</b>	252	141	393
	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Tabla 5. Fuente: Elaboración propia

Además de identificar la importancia de los políticos extranjeros como fuentes frente a los españoles dentro de los dos medios de información analizados, y tras detallar el protagonismo de los distintos partidos políticos en las informaciones publicadas sobre cambio climático en España, la investigación ha servido también para abordar cuestiones más generales como la localización de los contenidos sobre CC dentro de los medios. En este aspecto, se puede subrayar que hay coherencia entre los dos medios analizados, ya que las secciones que más informaciones sobre estos asuntos concentran son las de internacional (33,6%) y ediciones locales (21,1%).

Sin embargo, hay diferencias significativas entre ambos medios ( $\chi^2(8)=188,13$ ;  $p<0,001$ ). Mientras en el diario El País casi la mitad de sus contenidos sobre cambio climático se incluyen en la sección de internacional (40,9%), ABC apuesta por llevar estos temas mayoritariamente a sus ediciones autonómicas y locales (48,2%).

Resulta a nuestro entender relevante que, sin embargo, ninguno de los dos medios analizados sitúe estas informaciones en su sección de medio ambiente. El País sólo lo hace en el 8,7% de los casos y ABC no incluye ninguna de sus piezas en esta localización.

Igualmente hay diferencias en la ubicación de estos contenidos en la sección de Sociedad. Mientras

ABC publica en ella el 20,6% de las informaciones sobre CC, El País no ubica allí ni una sola información en todo el año.

En relación a los artículos de opinión publicados sobre estos temas cabe afirmar que El País gana ampliamente la batalla en este campo, con más de 30 artículos publicados frente a sólo uno de ABC.

Finalmente, los suplementos especiales se confirman como un buen lugar para acoger las informaciones sobre cambio climático. Lo hicieron en un 15,1% de las informaciones publicadas en El País y en un 6,4% de las de ABC.

La investigación confirma también que la información sobre cambio climático con fuentes políticas como personajes principales tampoco llega con facilidad a las portadas de los medios de comunicación

españoles. sólo lograron situarse en las primeras páginas de los periódicos en 12 ocasiones de las 393 informaciones publicadas.

La distribución de las portadas en los diarios presentó diferencias significativas entre El País y ABC ( $\chi^2(1)=6,92$ ;  $p<0,05$ ). Las 12 informaciones sobre cambio climático que llegaron a primera página lo hicieron en El País (4,8%), mientras que ABC no incluyó en su portada ninguna de las 141 informaciones que publicó sobre este tema. En relación a este asunto hay que precisar, no obstante, la especificidad de la portada de ABC, que normalmente incluye un sólo tema con gran fotografía en su primera página, a diferencia de El País, que fragmenta más su portada dando cabida a un mayor número de temas.

Género periodístico	El País	ABC	Total
<b>Noticia</b>	49	124	173
	19,4%	87,9%	44,0%
<b>Reportaje</b>	48	7	55
	19,0%	5,0%	14,0%
<b>Crónica</b>	91	6	97
	36,1%	4,3%	24,7%
<b>Entrevista</b>	14	1	15
	5,6%	0,7%	3,8%
<b>Opinión</b>	50	3	53
	19,8%	2,1%	13,5%
<b>Total</b>	252	141	393
	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Tabla 6. Fuente: elaboración propia

En cuanto a los géneros periodísticos en los que preferiblemente se abordan estos temas, la investigación permite puntualizar que la mayor parte de las informaciones sobre CC publicadas en los medios españoles analizados eran noticias, un 44%, seguidas de crónicas (24,7%), reportajes (14%), textos de opinión (13,5) y un 3,8% de entrevistas.

Las diferencias entre los dos diarios de nuevo son relevantes ( $\chi^2(4)=172,95$ ;  $p<0,001$ ). El País prefiere

la crónica como género periodístico (36,1%), mientras que ABC concentra sus contenidos sobre cambio climático en la más pura información, con la noticia como el género más utilizado con mucha diferencia sobre el resto (87,9%).

La frecuencia de las informaciones durante los diferentes días de la semana se representa en la siguiente tabla:

Día de la semana	Frecuencia	Porcentaje
<b>Lunes</b>	53	13,5%
<b>Martes</b>	54	13,7%
<b>Miércoles</b>	71	18,1%
<b>Jueves</b>	58	14,8%
<b>Viernes</b>	57	14,5%
<b>Sábado</b>	66	16,8%
<b>Domingo</b>	34	8,7%
<b>Total</b>	<b>393</b>	<b>100%</b>

Tabla 7. Fuente: elaboración propia



Los miércoles son los días de la semana en los que aparecen más informaciones sobre cambio climático en donde el protagonista es un personaje político (18,1%), mientras que los domingos son el día

en el que menos aparecen este tipo de contenidos (8,7%). Respecto de esta variable analizada, las diferencias entre los dos medios no resultó significativa ( $\chi^2(6)=10,05$ ;  $p=0,12$ ).

Temática de las informaciones	El País	ABC	Total
<b>Cumbres</b>	101	34	135
	39,9%	24,3%	34,4%
<b>Catástrofes</b>	16	5	21
	6,3%	3,6%	5,3%
<b>Otros</b>	136	101	237
	53,8%	72,1%	60,3%
<b>Total</b>	253	140	393
	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Tabla 8. Fuente: elaboración propia

Respecto al tema general que tratan las informaciones, un 34,4% de los textos tienen relación con cumbres mundiales y un 5,1% están relacionadas con catástrofes, aunque ha sido grato comprobar que el 60,6% de las informaciones no están motivadas por estas cuestiones, es decir, que el cambio climático no sólo sale en los medios con motivo de eventos sino como una temática en sí misma.

Y precisamente a la hora de comparar el motivo o temática de las informaciones sobre cambio climático en relación a los periódicos, se encontraron diferencias significativas entre los dos medios objeto de estudio ( $\chi^2(2)=12,74$ ;  $p<0,05$ ).

Así, se constata que el 39,9% de las informaciones sobre cambio climático que publicó El País se debió a la celebración de cumbres relacionadas con el clima, o bien al hecho de que se hubieran producido catástrofes climáticas (6,3% de los contenidos), lo que quiere decir que sólo informó sobre CC sin estar relacionado con estas ocasiones en el 53,8% de los casos. Por su parte, ABC publicó el 24,3% de las informaciones de CC sobre cumbres y el 3,6% sobre catástrofes, sacando el tema sin estar en relación a estos motivos en el 72,1% de los casos, un porcentaje muy elevado.

Otro de los resultados hallados es que sólo se hace pedagogía sobre el cambio climático en el 8,7% de las informaciones publicadas en España. Eso sí, no se encontraron diferencias significativas en la relación entre la aparición de orientaciones al lector y el partido político protagonista de la información ( $\chi^2(4)=8,48$ ;  $p=0,075$ ), es decir, ningún partido político hace más esfuerzo en este sentido que otro.

Igualmente, tampoco se encontraron diferencias significativas entre los dos periódicos analizados y la aparición de orientaciones al lector en las informaciones ( $\chi^2(1)=1,36$ ;  $p=0,24$ ). Es decir, ni El País ni ABC enfocan sus informaciones sobre cambio climático con el ánimo de orientar a los ciudadanos sobre cómo prevenirlo.

## 5. Discusión y conclusiones

La presente investigación, en la línea de León (2014), corrobora el auge de los políticos como fuente de información en textos periodísticos sobre cambio climático y calentamiento global. El presente estudio sitúa en 2017 en un 41,2% las informaciones publicadas en España sobre cambio climático que tienen como fuente principal a un político, frente al 32% que apuntaba este autor en 2011.

Sin embargo, contradice numerosos estudios de distintos países (Weingart et al 2000; Anderson, 2009; Ahchong y Dodds, 2012; Lyytimaki, 2011; Painter, 2010; Kunelius y Eide, 2012, Andrews et al, 2014), que coinciden en afirmar que los picos de atención al cambio climático que se dan en los medios de comunicación suelen coincidir con eventos de política internacional. En España, en 2017, el 72,1% de las informaciones publicadas en ABC sobre cambio climático y el 53,8% de las publicadas en El País no estaban relacionadas ni con la celebración de eventos sobre el clima ni tan siquiera con catástrofes climáticas acontecidas.

Por primera vez, esta investigación revela que la mayoría de los políticos que hablaron sobre cambio climático en los medios españoles en 2017 fueron políticos internacionales, predominantemente americanos (64,7%), por lo que queda demostrado que la política española sigue sin tener este tipo de temas entre sus prioridades a la hora de posicionarse ante los medios.

Se constata, también por primera vez, que cuando los políticos que protagonizan las informaciones sobre cambio climático son españoles militan, mayoritariamente, en los dos grandes partidos (PP y PSOE), aunque en este apartado se ha detectado que mientras El País casi equiparó la presencia de políticos del PSOE y de Unidas Podemos como fuente principal de informaciones sobre cambio climático en España, ABC rebajó sustancialmente la presencia de repre-

sentantes del partido liderado por Pablo Iglesias en sus páginas. Ambos medios, por tanto, dieron voz a políticos de distintos partidos para informar sobre este tema.

El análisis de la distribución de las informaciones a lo largo de las diferentes secciones de los periódicos revela un enfoque eminentemente político de los temas sobre cambio climático, por delante de su vinculación al tema medioambiental.

Si aceptamos la afirmación de Fernández Reyes (2010) de que una de las nuevas funciones del

periodismo es la de colaborar en la emergencia de toda una nueva cultura basada en la sostenibilidad, tenemos que concluir que esa colaboración, al menos en las informaciones con fuente política, no se produce en forma de fuentes que hagan pedagogía. En respuesta al objetivo número 4, sólo en el 8,7% de las informaciones de los dos medios de comunicación analizados hay recomendaciones a los lectores/ciudadanos sobre cómo pueden contribuir a mejorar el medio ambiente evitando el calentamiento global.

## 6. Referencias bibliográficas

- Bodiguel, M., & Buller, H. (1994). Environmental policy and the regions in France. *Regional & Federal Studies*, 4(3), 92-109. <https://doi.org/10.1080/13597569408420912>
- Boykoff, M. (2007). From convergence to contention: United States mass media representations of anthropogenic climate change science. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 32(4), 477-489. <https://doi.org/10.1111/j.1475-5661.2007.00270.x>
- Buller, H. (1995). Local actors, national stage. *European theatre: Europeanization, nationalization and localization in European community environmental policy*.
- Carmichael, J., Brulle, R., & Huxster, J. (2017). The great divide: understanding the role of media and other drivers of the partisan divide in public concern over climate change in the USA, 2001–2014. *Climatic Change*, 141(4), 599-612. <https://doi.org/10.1007/s10584-017-1908-1>
- Carter, N. (2006). Party politicization of the environment in Britain. *Party Politics*, 12(6), 747-767. <https://doi.org/10.1177/1354068806068599>
- Carter, N. (2018). *The politics of the environment: Ideas, activism, policy*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108642163>
- Carter, N. (2013). Greening the mainstream: party politics and the environment. *Environmental Politics*, 22(1), 73-94. <https://doi.org/10.1080/09644016.2013.755391>
- Flick, U., von Kardoff, E., & Steinke, I. (Eds.). (2004). *A companion to qualitative research*. Sage.
- Gans, H. (1980). *Deciding What's News. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Vintage.eyes, R. F. (2010). Irrupción Mediática y Representación Ideológica Del Cambio Climático En España. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, (2010-10).
- Heras, F. (2015). *Representaciones sociales del cambio climático en España: aportes para la comunicación*. [Doctoral dissertation. Universidad Autónoma de Madrid].
- Heras, F., Meira, P.Á., & del-Álamo-Benayas, J. (2016). Un silencio ensordecedor. El declive del cambio climático como tema comunicativo en España 2008-2012. *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, (13), 31.
- Kitzberger, P., & Pérez, G. (2009). El tratamiento del cambio climático en la prensa latinoamericana. *Diálogo Político*, 26(3), 33-49.
- Krippendorff, K. (2004). Reliability in content analysis: Some common misconceptions and recommendations. *Human communication research*, 30(3), 411-433.
- Ladle, R., Jepson, P., & Whittaker, R. (2005). Scientists and the media: the struggle for legitimacy in climate change and conservation science. *Interdisciplinary Science Reviews*, 30(3), 231-240. <https://doi.org/10.1179/030801805X42036>
- León, B. (Ed.). (2014). *Periodismo, medios de comunicación y cambio climático*. Comunicación Social.
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Meira, P., Arto, M., & Montero, P. (2009). La sociedad ante el cambio climático. Conocimientos, valoraciones y comportamientos en la población española. *Fundación Mapfre*, 171.
- Painter, J., & Ashe, T. (2012). Cross-national comparison of the presence of climate scepticism in the print media in six countries, 2007–10. *Environmental research letters*, 7(4), 044005. <https://doi.org/10.1088/1748-9326/7/4/044005>
- Pepermans, Y., & Maesele, P. (2016). The politicization of climate change: problem or solution?. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 7(4), 478-485. <https://doi.org/10.1002/wcc.405>
- Rodríguez, R.J. (2004). Ayuda SPSS Chi Cuadrado. Notas metodológicas, (1996), 19.
- Trumbo, C. (1996). Constructing climate change: claims and frames in US news coverage of an environmental issue. *Public understanding of science*, 5(3), 269-284. <https://doi.org/10.1088/0963-6625/5/3/006>
- Williams, J. (2000). The phenomenology of global warming: The role of proposed solutions as competitive factors in the public arenas of discourse. *Human Ecology Review*, 63-72.
- Wimmer, R., & Dominik, J. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación*. Bosch Casa Editorial.

Paloma Abejón es profesora ayudante doctor en el Departamento de Periodismo y Comunicación Global de la UCM y doctora en Periodismo 2009. Su trayectoria profesional ha estado siempre vinculada a los gabinetes de comunicación política y al periodismo diario. Desde 2005 imparte clases en la UCM de redacción periodística y es miembro de varios equipos de investigación centrados en redes sociales y la desafección de la política por parte de los ciudadanos. Ha participado en innumerables congresos nacionales e internacionales con ponencias relacionadas con sus especialidades y es autora de distintos libros. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9960-5154>

Rafael Carrasco es Doctor en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Profesor contratado doctor del departamento de Periodismo y Nuevos Medios de la Universidad Complutense de Madrid. Autor de obras relacionadas con las TIC (Tecnologías de la Información) y su aplicación a la empresa. Autor también de gran número de artículos sobre Empresa y Tecnologías de la Información en publicaciones de carácter universitario y profesional. Ponente en numerosos Congresos y Jornadas nacionales e internacionales relacionadas con el Periodismo, la Comunicación y las Nuevas Tecnologías. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0687-6842>

Javier Cabedo es graduado en Periodismo y cursó el Máster en Estudios Avanzados en Comunicación Política por la Universidad Complutense de Madrid, España. Doctorando de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, Colaborador Honorífico del Departamento de Periodismo y Comunicación Global de dicha facultad y periodista especializado en comunicación política. ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-5919-7803>

Montse Mera es doctora en Periodismo y profesora ayudante doctor en el Departamento de Periodismo y Comunicación Global de la UCM. Su experiencia docente se desarrolla en torno a asignaturas relacionadas con la redacción periodística y sus líneas de investigación se centran en los géneros periodísticos informativos e interpretativos, las fronteras entre el periodismo y la literatura y las relaciones entre cine y periodismo. Fue *Visiting Fellow* en RCC en Harvard University y es autora de diversos libros y artículos. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4702-9786>