

CAPÍTULO V

**LA REPRESENTACIÓN DE LA ECOLOGÍA EN LA
PRENSA *ONLINE-ONLY* ESPAÑOLA: ANÁLISIS
CUANTITATIVO E IMPLICACIONES
IDEOLÓGICAS.⁴²****Bianca Sánchez-Gutiérrez****Elena Bellido-Pérez****Antonio Pineda***Universidad de Sevilla***Resumen**

Esta investigación pretende aportar evidencia empírica para delinear el perfil ideológico de la prensa digital *online-only* española en un aspecto socio-cultural concreto: la representación y valoración de temas medioambientales. En línea con investigaciones previas que han abordado el estudio ideológico-político de este tipo de prensa, y a partir de un marco teórico sobre prensa *online* e ideología, nuestra hipótesis afirma que la opinión digital española se ha movido en los últimos años en una dirección progresista en cuestiones ecológicas. Para comprobarlo, utilizamos una muestra empírica de los diarios digitales más consultados, escogiendo como unidades de muestreo un conjunto de columnas de opinión (género donde el sesgo ideológico suele ser más o menos evidente) de dos momentos distintos en el tiempo, en un intervalo de 5 años. La muestra es sometida a un análisis de contenido centrado fundamentalmente en 3 categorías de análisis: ecología / medioambiente, lucha contra el cambio climático, y energía nuclear. Junto a las menciones de cada categoría se tiene en cuenta la valoración que hace el columnista sobre dichas menciones. Además de estas categorías de análisis, el estudio incluye la cuantificación del tipo de objeto y el tema principal de cada columna. Los datos señalan una evolución en el tiempo que indica una mayor conciencia medioambiental en el periodismo de opinión *online-only* español, de forma que, a la altura de 2016, la consideración de las cuestiones ecológicas es más favorable.

Palabras claves:

prensa española; prensa *online-only*; ecología; ideología y medios de comunicación

⁴² Esta investigación se realiza en el contexto del Grupo de Investigación en Comunicación Política, Ideología y Propaganda IDECO (Universidad de Sevilla, código SEJ-539).

Introducción

El estudio de la ideología en la prensa ha sido abordado por líneas de trabajo muy relevantes. Desde el análisis del discurso, por ejemplo, Teun A. van Dijk (1996) ha usado artículos de opinión de *The New York Times* y *The Washington Post* para ejemplificar el análisis ideológico. El tema también ha sido abordado desde las perspectivas críticas de los estudios culturales y de la Economía Política de la Comunicación, existiendo una extensa y prolífica rama de la perspectiva crítica que considera los medios de comunicación como instrumentos de manipulación ideológica, pudiendo citarse al respecto el trabajo clásico de Noam Chomsky y Edward S. Herman (1990), cuyo modelo de propaganda está diseñado expresamente para el estudio de medios de comunicación *mainstream* como los citados diarios liberales (en el sentido ideológico estadounidense) *The New York Times* y *The Washington Post*. Por otro lado, la afirmación de Golding y Murdock (1996) de que la razón de ser primordial de los medios de comunicación no es vender audiencias a los anunciantes, sino vender ideológicamente el sistema económico, político y social, aglutinaría una tradición que ancla sus raíces en algunos de los autores marxistas más destacados por sus textos sobre la ideología (Althusser, 1977, por ejemplo). Una aportación a medio camino entre la teoría de la comunicación, el estructuralismo y la semiótica anclada en el escenario español sería la de Josep María Casasús publicada en su primera edición en 1971: *Ideología y análisis de medios de comunicación*. En ella, su autor apunta lo que denomina como “teoría de la regresividad”:

Los medios más populares de comunicación social presentan una acusada tendencia reaccionaria. Salvo algunas excepciones, en todo el mundo la televisión, los diarios sensacionalistas, los periódicos deportivos y (...) otros medios de gran audiencia, ofrecen una importante carga de regresividad. (...). Si se extirpa la carga regresiva tal vez desapareciese la característica que define al medio y lo mantiene en vida: el éxito popular. (Casasús, 1985: 21)

Más concretamente, y junto a las teorizaciones generalistas sobre el contenido y función ideológicos de los medios, existe asimismo una amplia tradición de estudio empírico del papel ideológico del periodismo. Este papel ha sido sacado a la luz en relación con ideologías específicas: la política colonial francesa y su justificación del imperio a finales del siglo XIX, por ejemplo, tuvo un papel en el semanario ilustrado francés *Le PetitJournal Illustré* (Ríus Sanchis, 2000); y durante la II República española (1931-1936) se produjo una auténtica explosión de prensa ideológica y política que abarcaba desde la extrema izquierda anarquista a la extrema derecha fascista (Checa Godoy, 2011). Fuera de Europa, *The Australian* de Rupert Murdoch ha sido analizado por David McKnight como un pionero de la derecha libertaria en Australia en la segunda mitad de la década de 1970 (McKnight, 2003), mientras que David Brock (2005) ha analizado el papel

ideológico de periódicos como *The New York Post* (tras su compra por Murdoch en 1977) o *The Washington Times* al servicio de la derecha estadounidense en las últimas décadas del siglo XX y principios del XXI. Investigando la prensa de la localidad brasileña de Curitiba, Schiff concluye por su parte que los medios destinados a clases trabajadoras presentan un discurso prohegemónico y capitalista, como resultado de que “the tabloids actively reproduce “false consciousness” among those clases whose acceptance of capitalism is most tenuous” (1996: 196), no teniendo los discursos disidentes cabida ni en la prensa tradicional ni en los tabloides, mientras que se apuesta por tratamientos informativos descontextualizados en los que subyace la defensa del control social (1996: 196). El componente ideológico izquierdista, por otro lado, ha sido observado en el diario noruego *Klassekampen* (“Lucha de clases”), que ha evolucionado desde el Marxismo-Leninismo-Maóismo hasta posiciones liberales de izquierdas (Rucht, 2013: 268, nota 4).

Puede verse, por consiguiente, que el estudio de la ideología en la prensa escrita conforma cierta tradición. Adicionalmente, en el panorama mediático actual los periódicos impresos y sus ediciones digitales en la World Wide Web coexisten con un nuevo tipo de medios: la prensa *online-only*, es decir, periódicos y revistas que se publican exclusivamente en Internet, sin referente impreso; en el caso de que esa prensa *online-only* se publique digitalmente desde el momento de su nacimiento, hablaríamos de prensa *nativa digital*. Teniendo en cuenta como contexto la plasmación de elementos ideológicos en la prensa, este capítulo pretende analizar cómo la prensa *online-only* en España representa cuestiones relativas a la dimensión ecológica y medioambiental, constituyéndose como continuación directa de un trabajo previo sobre la representación de cuestiones ideológicas socio-culturales en la prensa *online-only* española (Bellido-Pérez, Sánchez-Gutiérrez y Pineda, 2017).

Marco teórico: prensa, ecología y periódicos *online-only*

Categorías socio-culturales como la ecología y las cuestiones medioambientales pueden prestarse a tratamientos bastante diferenciados en función de la ideología que transmita un periódico determinado. Se trata de elementos de significado amplio, con diversos y posibles matices, pero cuya valoración general positiva o negativa conlleva implicaciones concretas desde un punto de vista ideológico. El tema medioambiental, en concreto, ha sido objeto de diversas investigaciones centradas en periódicos nacionales y regionales, tanto en España como en otros países.

Los resultados de estas investigaciones derivan principalmente en la constatación de una baja presencia de temas medioambientales en la prensa, así

como en un tratamiento informativo laxo. Respecto a esta primera idea general, Rodríguez-Cruz evidenció mediante un análisis de contenido de la prensa andaluza que “la información ambiental ocupaba una superficie de algo menos de dos páginas diarias [...] (1,67 páginas), lo que suponía [...] el 2,26% de toda la información que se publicó” (2012: 7). A esto se une la segunda idea mencionada: una información medioambiental de baja calidad. Así, en un análisis de contenido de noticias sobre medioambiente publicadas en la prensa navarra durante nueve años, González y Portilla destacaron la ubicación poco meritoria de las mismas, así como “el insignificante número de editoriales destinados a esta cuestión” y “la ausencia de sección o firmas especializadas sobre medio ambiente” (2014: 145). Esta baja calidad también quedó demostrada en la investigación de Rodríguez-Cruz (2012), quien sostiene que la prensa generalista española no dota de relevancia a las informaciones sobre el cambio climático; o en el trabajo de León Anguiano y Lara González (2013), que enumeran diversos errores profesionales que demuestran la falta de rigor periodístico en la cobertura de las publicaciones sobre cambio climático, como “la escasez de fuentes” (2013: 101); “se omite tanto la explicación de las causas como de las consecuencias del cambio climático” (2013: 102); y “son escasas las informaciones que apuntan al hombre como responsable del cambio climático, lo que supone una falta de rigor en la representación del proceso de cambio climático, ya que el consenso científico es muy amplio al respecto” (2013: 103).

El empobrecimiento informativo de la cuestión medioambiental está normalmente circunscrito a un tratamiento politizado del tema. El conflicto de posturas entre conservadores y progresistas es recurrente, como demuestran Dotson *et al.* analizando la prensa chilena y concluyendo que existe “a greater coverage of climate change by the liberal *La Nación* newspaper than the conservative *El Mercurio*” (2012: 74). En esa línea continúa la investigación de García-Mestres, Mateu y Martí (2012), en la que se concluyó que los diarios conservadores españoles mostraban una visión pro-energía nuclear en el marco del accidente de la central de Fukushima, mientras que la prensa progresista proponía invertir en energías alternativas y ahondaba en las consecuencias del uso de las energías nucleares. Precisamente en el ámbito de la energía nuclear encontramos una posición explícita por parte de las cabeceras, que utilizan un punto de vista ideológico, tal y como vemos en el trabajo de Oroujloua, donde se prueba el enfoque sesgado que las publicaciones estadounidenses imprimían a las informaciones sobre la energía nuclear iraní con un determinado interés: “American newspapers on the basis of their social, political, economical, etc. Interests select news structures in a way to seek their own policy and presence in Middle East” (2012: 41).

Fuera de las divisiones políticas, las fuentes utilizadas en general en la prensa suelen ser gubernamentales en lugar de científicas (Dotson *et al.*, 2012: 75; Rodríguez-Cruz, 2012: 1). Más allá de esto, destaca también el hecho de que se suele centrar la temática medioambiental en torno a las discusiones políticas internacionales (Mercado, 2012), o, directamente, ocultar asuntos de relevancia internacional y salud pública en pro de los intereses políticos y económicos del país, como refleja la investigación de Almiron y Zoppeddu (2015). En ella se estudia la cobertura de la relación entre el cambio climático y la industria cárnica en la prensa española e italiana entre 2006 y 2013, concluyendo que “1.5% (Spain) and 3.6% (Italy) of all articles on climate change during the studied period mentioned their impact of our meat-based diet on the environment” (Almiron y Zoppeddu, 2015: 313-314); además del poco interés mostrado hacia la cuestión, en los artículos en los que se mencionaba predominaba un tono poco respetuoso e irreverente (2015: 320). Así, una de las hipótesis que las autoras proponen como respuesta es el hecho de que España e Italia son dos de los principales países consumidores de carne (Almiron y Zoppeddu, 2015: 320). Relacionado con este último punto se puede mencionar como recurrente el desvío de atención en la prensa hacia cuestiones climáticas puntuales, como las catástrofes naturales (Ortiz, 2015), en detrimento de un trato en profundidad de problemas de base que inciten a la reflexión pero que naveguen en contra de intereses económicos mayores.

En cualquier caso, también existen estudios diacrónicos que avalan un alarmismo creciente en la prensa para concienciar a la población sobre el cambio climático, como la investigación de Doulton y Brown (2009) o la de Collins y Nerlich (2016). En la primera, mediante un análisis del discurso en artículos británicos sobre el cambio climático publicados entre 1997 y 2007, los autores concluyeron que “the recent rise in coverage of climate change and development reflects an increasing sense of impending catastrophe regarding the impacts that climate change will have on development” (Doulton y Brown, 2009: 201). Por su parte, Collins y Nerlich, estudiando el sentido de la palabra “incertidumbre” en la prensa británica, hallaron que mientras en 2010 se cuestionaba la autoridad de la ciencia climática, en 2014 y 2015 “there was more concern for the effects of, and responses to, climate change at a national and global level” (2016: 311). Sobre el aumento de la cobertura del medioambiente han profundizado también Alcaide y Reig (2007), quienes conectan este aumento del número de informaciones debido al recurrente discurso contra el cambio climático de Al Gore. En ese sentido, tal y como señalan los autores: “Una vez más, el periodismo ambiental queda supeditado a una coyuntura mediática donde se atisba la figura de la catástrofe como consecuencias a medio y a largo plazo” (2007: 322).

Volviendo a la prensa *online-only* y nativa digital (objeto de este capítulo), el estudio de sus dimensiones ideológicas ya tiene un cierto cuerpo de investigaciones empíricas. Junto a los estudios sobre la prensa digital nativa española—por ejemplo, para abordar la información confidencial (Sánchez González, 2008)—y aun teniendo en cuenta que la tendencia dominante y más prolífica se centra en abordar el periodismo en Internet atendiendo principalmente a las estrategias y características *online* de los medios, puede citarse por ejemplo el trabajo de Ramón Reig y Aurora Labio (2006), que enfoca la prensa nativa digital desde un punto de vista ideológico y considera a los periódicos *Hispanidad*, *Rebelión* y *Minuto Digital* publicaciones extremistas que amplían el bipartidismo dominante de los medios *mainstream* (Reig y Labio, 2006: 1). Otro referente directo para el estudio de la ideología en la prensa *online* en España lo constituye el trabajo “Pluralismo en Internet: el caso de los diarios digitales españoles de información general sin referente impreso”, donde Núria Almiron (2006) realiza una aproximación principalmente estructural, infiriendo la tendencia ideológica de cada medio esencialmente a partir de sus datos y vínculos corporativos, aportando datos sobre los posicionamientos editoriales, y presentando un escenario digital muy poco plural entre las cabeceras más leídas. Desde un punto de vista más lateral, el artículo de Janet Steele (2009) sobre el periódico *online Malaysiakini* (“Malasia Ahora”) analiza cómo un *news portal* independiente puede suponer un desafío al autoritarismo político. En 2011, por otro lado, Pinilla García apuntó la diferente forma en que *news sites* como *Rebelión* y *Libertad Digital* (2011) reaccionaron ante el Movimiento 15-M en España. También se ha afirmado que periódicos como *infoLibre* y *eldiario.es* fueron creados para defender la justicia social y servir a las necesidades del pueblo, en lugar de las necesidades empresariales (Rubio Jordán, 2014).

Nótese que, en cualquier caso, estas investigaciones sobre prensa *online-only* apenas se centran en la dimensión socio-cultural de la ideología, de ahí que nuestra aproximación intente cubrir este hueco en el conocimiento. En este sentido, nuestra investigación va a partir de dos antecedentes (indirectos, ya que, de nuevo, ninguno se centra específicamente en lo socio-cultural). El primero es un estudio de 2013 que concluía que la prensa nativa digital española mantenía una tendencia fundamentalmente conservadora o derechista libertaria (Pineda y Almiron, 2013, p. 571). El estudio se basaba en un análisis de los principales periódicos *online-only* en mayo de 2011, y corroboraba el trabajo de Almiron citado previamente. En segundo lugar, un estudio posterior de Labio y Pineda comparando columnas de opinión *online-only* de 2011 y 2014 apuntaba tendencias ideológicas que se separaban del conservadurismo tradicional de los medios digitales españoles tras

la aparición de cabeceras *online-only* izquierdistas como las ya citadas *infoLibre* y *eldiario.es*, de forma que la opinión *online-only* presentaba menos elementos de conservadurismo fiscal en 2014 (Labio y Pineda, 2016).

Objetivos generales, preguntas de investigación e hipótesis

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, este capítulo tiene como objetivo fundamental estudiar la dimensión ideológica de la prensa *online-only* española en lo relativo a aspectos ecológicos y medioambientales; más específicamente, pretende analizar la evolución diacrónica de esta dimensión medioambiental en el período 2011-2016; un período en el que España ha experimentado grandes cambios económicos, sociales y políticos. Las preguntas de investigación (PI) que guían este trabajo son las siguientes:

PI₁. *¿Con qué frecuencia son abordadas en las columnas de opinión de la prensa online-only las cuestiones medioambientales?*

PI₂. *¿Qué valoración ideológica se hace de los elementos medioambientales en las columnas de opinión de la prensa online-only?*

PI₃. *¿Ha habido un cambio (en una dirección progresista o conservadora) entre 2011 y 2016 en estas columnas en lo relativo a temas medioambientales?*

En función de la investigación previa existente sobre las dimensiones ideológico-políticas de la prensa *online-only* española, que ya señalaba cierto giro a la izquierda a la altura de 2014, podemos formular la siguiente hipótesis (H) como respuesta a PI₃:

H₁. *La prensa online-only española se ha desplazado en una dirección progresista entre 2011 y 2016 en lo relativo a la ecología.*

Método

Empíricamente, este capítulo aporta datos fruto de una investigación más amplia basada en un análisis de contenido que compara muestras de columnas de opinión de cabeceras *online-only* españolas de mayo de 2011 y junio de 2016. Dado que nuestro objetivo es indicar el énfasis puesto en ciertas perspectivas ideológicas en una corriente de mensajes, se ha escogido el análisis de frecuencias (Krippendorff, 2004: 59). Las variables operacionalizadas que se analizan aquí son tres: objeto de la información, tema principal de la columna de opinión y, el más importante, presencia de términos ideológicos socio-culturales relativos a cuestiones medioambientales (concretamente, tres categorías: “Ecología / medio ambiente”, “Lucha contra el cambio climático” y “Energía nuclear”). Las unidades básicas de este

análisis fueron las palabras, cuya frecuencia se computó. La hoja de codificación incluye también un ítem evaluativo para revelar el juicio de valor del periodista en relación con dichas palabras. Así, la codificación incluye el estudio de (a) la frecuencia de aparición de términos ideológicos en la columna de opinión, y (b) la valoración positiva, negativa o neutra por parte del columnista.

A la hora de analizar estas categorías se trazarán unas valoraciones concretas ligadas a una cierta ideología política. Para ello se utilizará el eje *conservadurismo-progresismo* (Iosa, 2012: 140), entendiendo que las columnas tendrán una orientación conservadora si ofrecen una visión de la ecología y el medioambiente que favorezca los intereses de los ricos y privilegiados, mientras que podrán entenderse en una dirección progresista si apoyan una visión de lo ecológico que tenga en cuenta los intereses generales. En un contexto donde organizaciones ultraconservadoras actuales como el Republican Party de Estados Unidos tienden incluso a ignorar el cambio climático (Chomsky, 2013: 121), puede concluirse que “conservador” en lo relativo a la ecología y la preservación del medioambiente implica una visión crítica o negacionista de las mismas (así como pro-empresarial y opuesto a regulaciones gubernamentales), mientras que “progresista” significará lo contrario.

Para identificar los periódicos *online-only* generalistas más relevantes en España se usaron dos bases de datos: la Oficina de la Justificación de la Difusión y el servicio *web* Alexa. En total, la investigación analiza 10 cabeceras *online-only* en cada año estudiado, pero, dado que algunos periódicos aparecen tanto en la muestra de 2011 como en la de 2016, encontramos 15 diarios en total. En el caso de la muestra de 2011, los 10 medios seleccionados fueron (en orden descendente según el *ranking* de tráfico de Alexa): *Libertad Digital*, *El Confidencial*, *El Confidencial Digital*, *El Semanal Digital*, *La Vozlibre*, *Diariocrítico.com*, *Nació Digital.cat*, *El Plural*, *Vilaweb* y *MinutoDigital.com*. Cinco de estas cabeceras estaban también en el *ranking* de Alexa de 2016, compuesto en orden descendente por *El Confidencial*, *eldiario.es*, *Público.es*, *El Español*, *Libertad Digital*, *OKDIARIO*, *VilaWeb*, *infoLibre*, *El Plural* y *Nació Digital.cat*. Como puede comprobarse, junto a la persistencia de cabeceras como *Libertad Digital* o *El Confidencial* entre los diarios más leídos, en 2016 encontramos la entrada de nuevas publicaciones como los izquierdistas *eldiario.es* y *Público.es* (este último, readaptado a formato *online-only* desde junio de 2012).

En cuanto al período muestreado, llevamos a cabo una comparativa de dos meses: mayo de 2011 y junio de 2016. Ambos fueron períodos electorales en España, intentando con ello obtener información empírica bajo el supuesto de que las opiniones ideológicas y políticas podrían salir a la superficie con mayor facilidad en época electoral, cuando la vida social está más politizada de lo usual. El muestreo de cuatro semanas, por otro lado, ya ha

sido utilizado en otros análisis de contenido de la prensa y los medios periodísticos (Graber 1972: 46, 51; Paulussen 2004; Portales E. 2009: 72). Dentro del muestreo se ha optado por el género de opinión, al entender que, por su subjetividad, puede ser más pertinente para el análisis del sesgo ideológico de periodistas y medios. Con la excepción de los periódicos que publicaron un número escaso de columnas, y para obtener un número similar de columnas de los diferentes diarios siempre que fuese posible, se aplicó un muestreo aleatorio sistemático con diferentes intervalos k (Krippendorff, 2004: 115). Así, la muestra de mayo de 2011 se compone de 242 columnas de opinión en total, mientras que la de junio de 2016 consta de 270 columnas. La prueba de fiabilidad inter-codificadores (α de Krippendorff) arrojó resultados satisfactorios en ambos momentos de muestreo y codificación: 0,83 en 2011, y un sobresaliente 0,97 en 2016. En los dos momentos, la codificación fue realizada por estudiantes de postgrado, que fueron instruidos en la forma de realizar el análisis.

Resultados

De entrada, las variables relativas a los objetos y temas más usuales en las columnas de opinión arrojan datos de interés para contextualizar el análisis de ciertas categorías socio-culturales. Como indica el Gráfico 1 (disponible en el Anexo de este capítulo), la categoría de ideas, temas o conceptos generales recibe en mayo de 2011 la mayor atención por parte de las cabeceras *online-only* (99 menciones), seguida de la de acontecimiento de actualidad (74) y personaje o institución pública (57). Exactamente el mismo *ranking* encontramos en los datos de junio de 2016 (Gráfico 2), si bien con un número de menciones distintas para cada categoría (105, 96 y 51 menciones respectivamente), destacando en la categoría “Idea, tema o concepto general” diarios nativos digitales como *El Español*, *OKDIARIO* o *Libertad Digital*. Por consiguiente, puede decirse que la discusión de ideas, temas o conceptos generales encuentra un terreno fértil en la prensa *online-only*, lo cual beneficia potencialmente la discusión de cuestiones ideológicas.

En cuanto a los temas principales tratados en las columnas, las cuestiones ecológicas carecen de una atención comparable a otros temas (Tablas 1 y 2): mientras las cuestiones de política nacional ascienden a un 47,52% en 2011 y un 44,81% en 2016, y la política internacional ocupa un lugar destacado en junio de 2016, la ecología como tema principal de la columna de opinión recibe una atención nula en 2011, y un exiguo 0,37% en 2016 (correspondiente a una única columna de *El Plural*). Aunque las columnas centradas en asuntos sociales pasan de 6 a 10 entre 2011 y 2016, esta mayor atención a las cuestiones sociales no parece trasladarse a la dimensión medioambiental.

Centrándonos en los ítems que conforman el núcleo de nuestro análisis, la Tabla 3 muestra las menciones y valoraciones correspondientes a mayo de 2011. Como puede verse, las cuestiones medioambientales son tremendamente escasas, con apenas 4 menciones, y sólo una de ellas positiva, por parte del periódico catalán *Vilaweb*, que es también la cabecera que representa negativamente en una ocasión la energía nuclear, mientras el periódico pro-empresarial *El Confidencial Digital* menciona negativamente la categoría “Ecología / medio ambiente”. En junio de 2016 (Tabla 4), encontramos algunas diferencias significativas respecto a 2011, como el hecho de que el número de menciones se han incrementado sustancialmente, de forma que hallamos 17 menciones sobre “Ecología / medio ambiente”, 15 de ellas positivas y realizadas por *Público.es*, mientras que *El Plural* se refiere a esta categoría en términos negativos.

Discusión y conclusiones

La prensa *online-only* española juega un papel en la conformación de la opinión pública. En relación con las cuestiones ecológicas y medioambientales, y partiendo de la indudable relevancia que éstas poseen para los seres vivos, se puede afirmar con rotundidad (y como respuesta a PI₁) que la ecología como tema principal de las columnas de opinión recibe una atención nula en 2011, y exígua en 2016. No hay en este lapso temporal, por consiguiente, un cambio sustancial de actitud en la prensa *online-only* a la hora de centrar sus opiniones en cuestiones ecológicas. Aunque, más allá de la cuestión del tema principal, hay que destacar que en 2016 los aspectos medioambientales reciben más menciones que en 2011, resulta especialmente preocupante, por ejemplo, que la categoría “Lucha contra el cambio climático” no reciba una sola mención ni en 2011 ni en 2016. En resumen, y a pesar de la trascendencia del tema, la opinión en la prensa *online-only* apenas dedica espacio a cuestiones medioambientales.

En relación con la segunda y la tercera preguntas de investigación, se pueden responder de manera conjunta, resumiéndose en que ha habido un cambio en una dirección progresista entre 2011 y 2016 en estas columnas (PI₃). Esto se debe a que la valoración ideológica de los elementos medioambientales (PI₂) arroja datos como las 15 menciones positivas a la categoría “Ecología / medio ambiente” en 2016 frente a sólo una en 2011. En esta línea, la hipótesis inicial que se planteó como respuesta a PI₃ se confirma, pudiéndose afirmar que la prensa *online-only* española se ha desplazado en una dirección progresista entre 2011 y 2016 en cuanto a su atención a la ecología. De este modo, y debido a la aparición, o reconversión, de periódicos digitales como *infoLibre* o *Público.es*, se refuerza el planteamiento de una evolución hacia la izquierda en la opinión *online-only* española, una idea ya apuntada por estudios como el de Rubio Jordán (2014) o, más recientemente, Labio y Pineda (2016). En este caso, la mención de *Público.es*

es especialmente pertinente, ya que es el diario que concentra el 88,23% de menciones positivas de la categoría “Ecología / medio ambiente” en 2016. En este contexto, y como se desprende del estudio de 2011-2014 que precede a esta investigación, este trabajo viene a reforzar los indicios de una matización de las posiciones conservadoras en la prensa *online-only* en el ámbito económico-político. El escenario que se configura en España desde 2011, en el que destacan sobre todo el activismo político y mediático del 15-M, la creación de nuevas formaciones y el aumento del interés de la ciudadanía en la actualidad política, favorece el nacimiento de medios progresistas que vienen a ocupar un nicho de información para el lector de izquierdas vacío desde la desaparición de la edición impresa de *Público* en 2012.

A pesar de haberse confirmado la hipótesis, los resultados generales del análisis se hallan sin embargo en línea con la literatura previa, y demuestran un escaso interés por lo medioambiental en la prensa, acompañado de su tratamiento superficial y desde un cuestionable tratamiento periodístico (Rodríguez-Cruz, 2012; González y Portilla 2014; León Anguiano y Lara González, 2013). Del mismo modo, la politización de la cuestión ecológica que se ha puesto de relieve en esta investigación encuentra también su referente en el marco teórico. Así, mientras un diario progresista como *Público.es* contiene la mayor representación de lo medioambiental, destaca asimismo el carácter refractario de la prensa derechista respecto a las cuestiones ecológicas (por ejemplo, diarios libremercadistas como *Libertad Digital* o *El Confidencial* no mencionan ningún aspecto medioambiental ni en 2011 ni en 2016); datos en línea, por ejemplo, con el análisis de Dotson et al. (2012) sobre la mayor profundización climática en la prensa liberal chilena, en detrimento de la conservadora. En general, las cuestiones medioambientales parecen ser asunto reservado para la prensa de izquierdas en su mayor parte, de forma que la línea ideológica del medio podría actuar como un elemento predictivo de la actitud hacia lo ecológico.

Contextualmente, y en relación con la tendencia hacia ideas progresistas en la opinión de los articulistas en las cabeceras de la prensa *online-only*, es pertinente preguntarse asimismo tanto por el incremento de la conciencia medioambiental en España (García, 2016) como por la posible influencia del fenómeno Podemos (que concurrió con Izquierda Unida y el partido verde Equo a las elecciones generales de 2016), lo cual supondría la apertura de una interesante línea de investigación.

Referencias bibliográficas

- Alcaide, J. L. y Reig, R. (2007). El calentamiento de la prensa ante el cambio climático. El caso de Al Gore y la tendencia al catastrofismo. En Contreras Medina, F. R., Caraballo, A., Gómez Castro, M. y Daza, I., *Cultura verde: ecología, cultura y comunicación*, 303-325. Sevilla: Consejería de Medio Ambiente, Junta de Andalucía.
- Almiron, N. y Zoppeddu, M. (2015). Eating Meat and Climate Change: The Media Blind Spot—A Study of Spanish and Italian Press Coverage. *Environmental Communication*, 9(3), 307-325.
- Almiron, N. (2006). Pluralismo en Internet: el caso de los diarios digitales españoles de información general sin referente impreso. *Ámbitos*, 15, 9-31.
- Althusser, L. (1977). Ideología y aparatos ideológicos del estado. En: *La filosofía como arma de la revolución* (pp. 97-141). México D.F: Ediciones Pasado y Presente.
- Bellido-Pérez, E.; Sánchez-Gutiérrez, B.; Pineda, A. (2017). Prensa *online-only* española e ideología: análisis de elementos sociales y educativos. En: Ana María Ortega Pérez; Victoria García Prieto (coords.), *Voces alternativas: investigación multidisciplinar en comunicación y cultura*, 315-335, Sevilla: Ediciones Egregius.
- Brock, D. (2005). *The Republican Noise Machine*. New York: Three Rivers Press.
- Casasús, J.M. (1985). *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Barcelona: Mitre.
- Checa Godoy, A. (2011). *Prensa y partidos políticos durante la II República*. Sevilla: Centro Andaluz del Libro.
- Chomsky, N. y Herman, E. S. (1990). *Los guardianes de la libertad*. Traducción de Carme Castells. Barcelona: Grijalbo Mondadori.
- Chomsky, N. (2013). *Las sublevaciones democráticas globales*. Traducción de Enrique Herrando. Barcelona: Pasado & Presente.
- Collins, L. C. y Nerlich, B. (2016). Uncertainty discourses in the context of climate change: A corpus-assisted analysis of UK national newspaper articles. *Communications*, 41(3), 291-313.
- Dotson, D. M., Jacobson, S. K., Lee Kaid, L. y Carlton, S. (2012). Media Coverage of Climate Change in Chile: A Content Analysis of Conservative and Liberal Newspapers. *Environmental Communication*, 6 (1), 64-81. DOI: 10.1080/17524032.2011.642078

- Doulton, H. y Brown, K. (2009). Ten years to prevent catastrophe? Discourses of climate change and international development in the UK press. *Global Environmental Change*, 19, 191-202.
- García, J. M. (2016). “El último Barómetro del CIS prueba que nos importa más el medio ambiente”, *La Vanguardia.com*, 08/01/2016. Recuperado de <http://www.lavanguardia.com/vang-data/20160108/301268769497/evolucion-conciencia-ambiental-espana.html> (18.12.2017).
- García-Mestres, M., Mateu, A. y Domínguez, M. (2012). Fukushima en la prensa española. *Métode: Revista de difusión de la Investigación*, 72, 60-63.
- Golding, P. y Murdock, G. (1996). Culture, Communications and Political Economy. En: Curran, J. y Gurevitch, M. (eds.), *Mass Media and Society* (pp. 11-30). London: Arnold.
- González, H. y Portilla, I. (2014). Tratamiento de la información medioambiental en la prensa regional y el papel de los departamentos de comunicación. *Trípodos*, 35, 137-155.
- Graber, D. A. (1972). Personal Qualities in Presidential Images: The Contribution of the Press. *Midwest Journal of Political Science*, 16, 46-76.
- Iosa, J. F. (2012). Progresismo y Conservadurismo: un principio de análisis. *Revista Filosofía del Derecho*, 1, 135-146.
- Labio, A. y Pineda, A. (2016). Leftward Shift, Media Change? Ideology and Politics in Spanish Online-Only Newspapers After the 15-M Movement. *International Journal of Communication*, 10, 2661-2682.
- León Anguiano, B. y Lara González, A. (2013). Ciencia y cambio climático. Estudio de la cobertura del cambio climático en la prensa española. En Mancinas-Chávez, R. (Coord.) y Fernández Reyes, R. (Dir.), *Medios de comunicación y cambio climático. Actas de las Jornadas Internacionales*, 91-104. Sevilla: Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.
- McKnight, D. (2003). “A World Hungry for a New Philosophy”: Rupert Murdoch and the rise of neo-liberalism. *Journalism Studies*, 4(3), 347-358.
- Mercado, M. T. (2012). Media representations of Climate Change in the Argentinean press. *Journalism Studies*, 13(2), 193-209.

- Oroujloua, N. (2012). Subliminal Ideology in Media: Representation of Iran's Nuclear Energy in American Networks and Newspapers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 51, 38-42.
- Ortiz Marín, A. M. (2015). La observación de las representaciones mediáticas del medio ambiente en la prensa. El caso de La Crónica de Baja California, México. *Mediaciones Sociales*, 14, 59-79.
- Paulussen, S. (2004). Online News Production in Flanders: How Flemish Online Journalists Perceive and Explore the Internet's Potential. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 9(4). Recuperado de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00300.x/full> (28.12.2017).
- Pineda, A. y Almiron, N. (2013). Ideology, Politics, and Opinion Journalism: A Content Analysis of Spanish Online-Only Newspapers. *TripleC*, 11(2), 558-574.
- Pinilla García, A. (2011). La percepción del movimiento "15-M" en las ediciones digitales de El Mundo y El País. *Tejuelo*, 12, 196-217.
- Portales E., J. C. (2009). A test of personalization of politics in Chile's 2009 presidential election. *Cuadernos de Información*, 25 (2), 69-82.
- Reig, R. y Labio, A. (2006). Propuestas de comunicación alternativa en Internet: Los casos de *Hispanidad*, *Minuto Digital* y *Rebelión*. *Razón y Palabra*, 49. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n49/bienal/Mesa%201/Reig%20y%20Labio%20HISPANIDAD.pdf> (28.12.2017).
- Ríos Sanchis, I. (2000). La imagen del imperio, o la justificación del imperio en imágenes. A propósito de *Le Petit Journal Illustré* (1890-91). En: Espejo Cala, C. (coord.), *Propaganda impresa y construcción del estado moderno y contemporáneo*, 59-71. Sevilla: Alfar.
- Rodríguez-Cruz, I. (2012). Análisis cuantitativo y calidad de la información sobre medio ambiente en la prensa española. *Comunicació i risc: III Congrés Internacional Associació Espanyola d'Investigació de la Comunicació*. Recuperado de http://www.aeic.org/tarragona2012/contents/comunicacions_cd/ok/85.pdf (28.12.2017).
- . (2013). Calidad de la información sobre cambio climático en la prensa española. En Mancinas-Chávez, R. (Coord.) y Fernández Reyes, R. (Dir.), *Medios de comunicación y cambio climático. Actas de las Jornadas Internacionales*, 303-316. Sevilla: Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

- Rubio Jordán, A. V. (2014). La aparición de *Infolibre* y *eldiario.es* para la defensa de un periodismo más democrático y participativo. *Historia y Comunicación Social*, 19 [January special number], 491-500.
- Rucht, D. (2013): Protest movements and their media usages, en Cammaerts, B., Mattoni, A., y Mccurdy, P. (eds.): *Mediation and Protest Movements*, 249-268. Bristol; Intellect Ltd.
- Sánchez González, M. (2008). Cibermedios de acceso abierto con información confidencial en España como nueva modalidad de confidencialismo *online*. *Zer*, 13(24), 157-181.
- Schiff, F. (1996). The dominant ideology and brazilian tabloids: News Content in Class-Targeted Newspapers. *Sociological Perspectives*, 39(1), 175-206.
- Steele, J. (2009). Professionalism Online. How *Malaysiakini* Challenges Authoritarianism. *International Journal of Press/Politics*, 14(1), 91-111.
- Van Dijk, T. A. (1996): Opiniones e ideologías en la prensa. *Voces y Culturas*, 2(10), 9-50.

ANEXO DE GRÁFICOS Y TABLAS

Gráfico 1. Tipo de objeto según el título de la columna (2011).

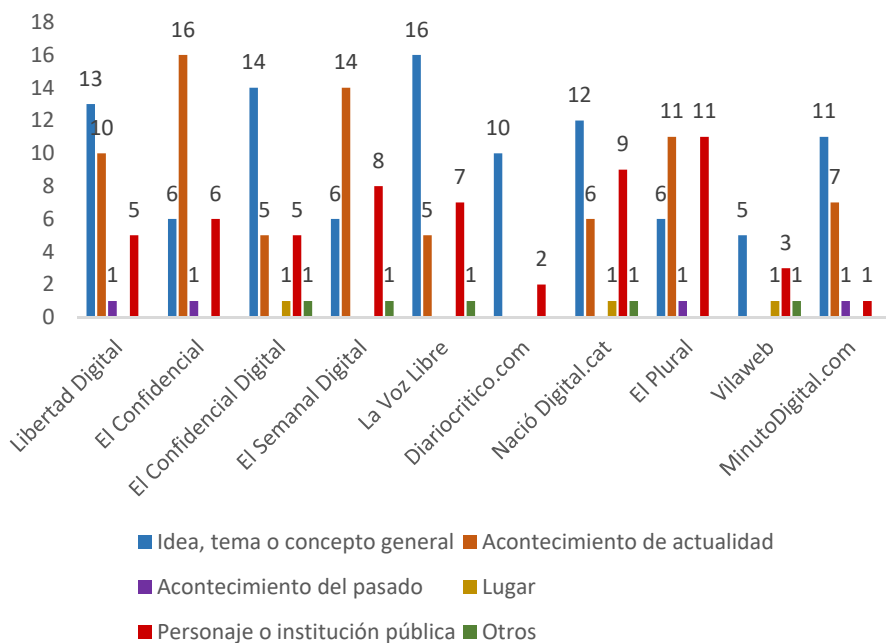


Gráfico 2. Tipo de objeto según el título de la columna (2016).

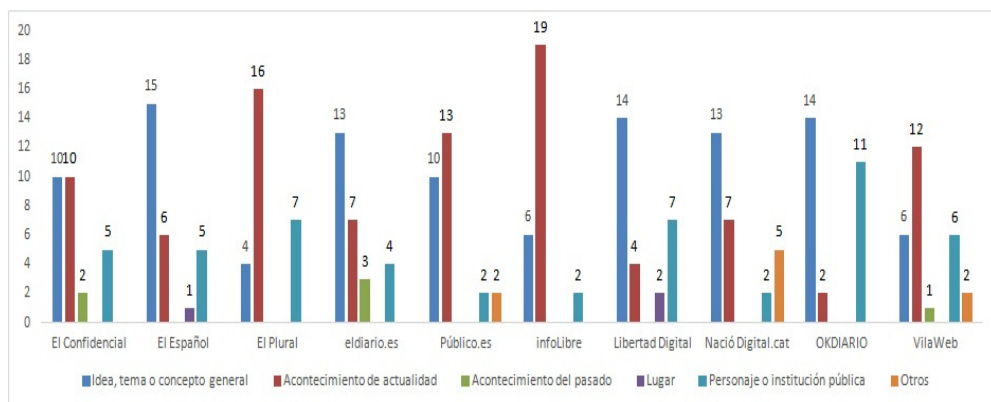


Tabla 1. Tema principal según el título de la columna (2011).

	Libertad Digital	El Confidencial	El Confidencial Digital	El Semanal Digital	La Voz Libre	Diariocrítico.com	Nació Digital.cat	El Plural	Vilaweb	MinutoDigital.com	Total
Economía	1	2	1	2	2	0	1	2	0	0	11
Política nacional	11	20	7	16	12	4	12	19	1	13	115
Política internacional	2	0	0	2	1	0	0	0	1	1	7
Asuntos culturales	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Asuntos sociales	0	1	0	0	0	1	0	2	0	2	6
Terrorismo	2	1	0	1	0	0	2	0	0	2	8
Medios de comunicación	1	1	0	2	1	1	2	0	0	0	8
Ecología	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Religión / Iglesia(s)	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	2
Delincuencia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros	5	1	6	1	8	3	7	4	4	0	39
Indeterminado	8	3	12	4	5	3	5	1	3	2	46
Total	30*	29	26	29	29	12	29	29	10	20	243

* En Libertad Digital aparecen 30 menciones porque en una noticia hay dos temas diferentes como principales.

Tabla 2. Tema principal según el título de la columna (2016).

	El Confidencial	El Español	El Plural	eldiario.es	Público.es	infoLibre	Libertad Digital	Nació Digital.cat	OKDIARIO	VilaWeb	Total
Economía	1	0	1	0	3	0	0	1	0	1	7
Política nacional	18	11	17	11	10	14	10	6	14	10	121
Política internacional	2	3	3	3	8	4	3	1	2	1	30
Asuntos culturales	0	0	0	2	0	0	0	0	0	3	5
Asuntos sociales	1	1	0	4	1	0	0	1	1	1	10
Terrorismo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Medios de comunicación	2	2	0	1	1	0	2	0	0	0	8
Ecología	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Religión / Iglesia(s)	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	2
Delincuencia	0	1	0	2	0	0	0	1	0	0	4
Otros	1	1	0	0	0	0	4	6	0	3	15
Indeterminado	2	8	3	4	4	9	8	11	10	8	67
Total	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	270

Tabla 3. Caracterización ideológica: ecología (2011).

		Libertad Digital	EI Confidencial	EI Confidencial Digital	EI Semanal Digital	La Voz Libre	Diariocrítico.com	Nació Digital.cat	EI Plural	Vilaweb	MinutoDigital.com	Total
Ecología / medio ambiente	Positiva	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
	Negativa	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	Neutra	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Lucha contra el cambio climático	Positiva	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Negativa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Neutra	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Energía nuclear	Positiva	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Negativa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Neutra	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Total de menciones		0	0	1	0	0	1	0	0	2	0	4

Tabla 4. Caracterización ideológica: ecología (2016).

		El Confidencial	El Español	El Plural	eldiario.es	Público.es	infoLibre	Libertad Digital	Nació Digital.cat	OKDIARIO	VilaWeb	Total
Ecología / medio ambiente	Positiva	0	0	0	0	15	0	0	0	0	0	15
	Negativa	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	Neutra	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Lucha contra el cambio climático	Positiva	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Negativa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Neutra	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Energía nuclear	Positiva	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Negativa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Neutra	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total de menciones		0	0	1	0	16	0	0	0	0	0	17