

OBETS. Revista de Ciencias Sociales
Vol. 15, nº 2, 2020, pp. 625-648
ISSN-e: 1989-1385 | ISSN: 2529-9727
DOI: 10.14198/OBETS2020.15.2.09

LA RELEVANCIA DEL CAMBIO CLIMÁTICO EN LA PRENSA
ESPAÑOLA: ANÁLISIS COMPARATIVO DE *EL PAÍS*,
EL MUNDO Y *ABC*
SALIENCE OF CLIMATE CHANGE IN SPANISH NEWSPAPERS: A
COMPARATIVE ANALYSIS OF *EL PAÍS*, *EL MUNDO* AND *ABC*

Sonia Parratt Fernández

Universidad Complutense de Madrid, España
sfparratt@ccinf.ucm.es
<http://orcid.org/0000-0001-8501-3115>

Montse Mera Fernández

Universidad Complutense de Madrid, España
mmera@ucm.es
<https://orcid.org/0000-0003-4702-9786>

Rafael Carrasco Polaino

Universidad Complutense de Madrid, España
racarras@ucm.es
<https://orcid.org/0000-0002-0687-6842>

Cómo citar / Citation

Parratt, S., Mera, M. y Carrasco, R. (2020) “La relevancia del cambio climático en la prensa española: análisis comparativo de *El País*, *El Mundo* y *ABC*”. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 15(2): 625-648. <https://doi.org/10.14198/OBETS2020.15.2.09>

Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia de uso y distribución Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

Recibido: 15/11/19. Aceptado: 25/06/20

Resumen

Los estudios sobre la cobertura mediática del cambio climático son mayoritariamente diacrónicos o se centran en las cumbres mundiales del clima. Aquí analizamos la relevancia que otorgan al problema los tres diarios de pago más leídos en España mediante un análisis de contenido de sus versiones digitales durante todo 2017, año en que Donald Trump anunció su retirada del Acuerdo de París. Constatamos la influencia de la ideología de los diarios en sus coberturas; la prevalencia de los acontecimientos políticos internacionales en sus agendas y, dentro de ellos, el protagonismo indiscutible de Trump, por encima incluso de las cumbres; y una considerable presencia del cambio climático fuera de las secciones dedicadas al medio ambiente.

Palabras clave: Cambio climático; medio ambiente; prensa española; relevancia.

Abstract

Studies on media coverage of climate change are mainly diachronic or focused on world climate summits. Here we analyse salience of this phenomenon in the three most widely read daily paid-for newspapers in Spain, *El País*, *El Mundo* and *ABC*, through a content analysis of their online versions during all 2017, when Donald Trump announced his withdrawal from the Paris Agreement. The results show the influence of the ideology of the newspapers on their coverage; the prevalence of political international events and among them the uncontested prominence of Trump, even over world climate summits; and a considerable presence of climate change outside their sections dedicated to the environment.

Keywords: Climate change; environment; Spanish newspapers; salience.

Extended abstract

The international scientific community agrees that climate change is one of the most serious problems that the world's population will have to face in the next decades. Scholars are aware of this and numerous studies that have been carried out on this issue in a variety of areas, including communication. Most of those that focus on the press in Spain either analyse the coverage of events such as world summits, or they are diachronic studies, but in no case they compare the coverage in different newspapers on a daily basis during a one-year period, which is the purpose of our study.

The media include in their agendas many issues, but they aren't all given the same salience. According to Dearing and Rogers (1996), salience is the extent to which an issue of media's agenda is perceived as important for a particular media outlet. Research based on this theory, which is the base of our study, wonders how important is an issue (in this case, climate change) for certain media outlets by analysing three aspects of their coverage: firstly, (a) volume, which refers to the amount of pieces of news; secondly, (b) frequency, that is to say, temporal distribution and its possible relation with certain news events; and finally, (c) the location understood as the media outlet where it is published and its place within it.

On the basis of this idea of the relevance being determined by those three factors, our study aims to describe, analyse and compare the importance that the three most widely read newspapers in Spain gave to climate change throughout 2017. From this objective are derived these questions:

Q.1. Are there any quantitative differences between the selected newspapers regarding their coverage of climate change?

Q.2. How often do they publish news items about climate change? Are there events that determine such frequency?

Q.3. Where are those news items placed within each newspaper, on their front page, in a specific section or scattered, and what could such location reveal?

The body of analysis is formed by digital editions of the newspapers *El País* (centre-left), *El Mundo* (centre-right) and *ABC* (monarchist-conservative), that were selected because they are the highest read national paid-for daily newspapers in Spain. Since the study doesn't aim to observe the development of coverage over time but to analyse the differences in the coverage of three different newspapers, a timeline of twelve months was established, from 1 January to 31 December 2017. This year marked a milestone because of American president Donald Trump's announcement of withdrawal of his country from the Paris Agreement. MyNews specialized search engine was used to identify the news items and to collect the data. It enabled us to identify all the texts containing the terms "climate change", "global warming" or "greenhouse effect".

The results of the study lead us to believe that climate change is a current issue in the Spanish press analysed, since in 2017 an average of over one daily news item (1.06) related to this issue was published in each newspaper. However, it should be specified that close to half of the news items (46.6%) belong to *El País*, a third (33%) to *ABC* and a little more than one fifth (20.4%) to *El Mundo*.

Daily *El País* has increased considerably its coverage in the last decade with regard to *El Mundo* and *ABC*, according to our results compared

to the ones from previous research. This fact seems to be in line with other works that show that less conservative newspapers, as is the case of *El País*, publish more news about environmental issues (Dotson, Jacobson, Kaid & Carlton, 2012) and, ultimately, it reinforces the hypothesis that media ideology influences their selection of contents. On the other hand, temporal distribution of coverage is not homogeneous. Not only it is confirmed that the greater coverage coincides with special events, but also that political agenda, particularly the international one, has considerable weight in media coverage of climate change in Spanish newspapers.

However, it is striking the absence of high peaks in October and December, when the International Day of Climate Action and the XXIII Climate Change Conference took place respectively. The prominence of Trump even above major international is clear in all three analysed newspapers and it is particularly evident in *ABC*. This newspaper, in spite of having the most homogeneous coverage, reaches the highest peak (17.62%) of the global annual coverage in June (when American president Trump announced the withdrawal of his country from the Paris Agreement), even above *El País* (15.23%) and *El Mundo* (11.34%). In short, we confirm the prevalence of international political events in the agenda and particularly the suggestion made by Reig and Alcaide (2007) about the media impact of certain personalities in environmental journalism.

The distribution of the coverage per day of the week also corroborates what was said previously: more political events take place on week days and it is then when generally more articles related to climate change are published; on the contrary, Saturdays and Sundays is when more newspapers are read and when less news about this issue were detected, with the only exception of *El Mundo*, that increases its coverage on Sundays.

As for the section of the newspapers, there are two aspects that could be considered indicative of climate change having a certain relevance within the agendas of those newspapers. The first one is the existence of special supplements dedicated to the environment, where some 21.9% of news contents about climate change in global terms were located; the second one, the fact that the rest is distributed in practically all the other sections with a significant presence in International (15.1%), Environment (13.6%) (a specific space, once again) and to a larger extent in Editions (20.4%). It can be said, therefore, that in general the environmental issues, which is where climate change belongs to, have not only achieved their own place, but they are also earning a space in other sections.

1. INTRODUCCIÓN

La comunidad científica internacional coincide en asegurar que el cambio climático es uno de los mayores males a los que se tendrá que enfrentar la población mundial en las próximas décadas. Los informes del Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático insisten en que se trata de un fenómeno con consecuencias ya visibles y previsiones preocupantes, de ahí que 195 países acordaran limitar el aumento de la temperatura del planeta en la Cumbre de París celebrada en 2015. El anuncio del presidente de Estados Unidos, Donald Trump, del abandono de dicho acuerdo en 2017 supuso un hito que acrecentó en todo el mundo la preocupación por este problema, que en ese año fue señalado por el 81% de la población española como una gran amenaza para su país (Pew Research Center, 2019).

1.1. Marco teórico

Los académicos no son ajenos a estas circunstancias y prueba de ello son los múltiples estudios que se han hecho sobre este asunto desde diversos ámbitos, entre ellos el de la comunicación. La investigación sobre el papel que juegan los medios de comunicación en la divulgación de información ambiental tiene un recorrido histórico relativamente largo, pero no fue hasta los años 90 del pasado siglo cuando aparecieron los primeros trabajos dedicados específicamente al cambio climático (Anderson, 2009). Desde entonces, estos trabajos han aumentado sustancialmente en lugares cultural y geográficamente dispares. En el caso de España, la mayoría de los que han puesto el foco en la prensa analizan el tratamiento informativo de eventos como cumbres mundiales (entre otros, Arcila, Freyle y Mercado, 2015; Blanco, Quesada y Teruel, 2013; Fernández-Reyes, 2018; Fernández-Reyes, Piñuel y Águila, 2017; León y Codina, 2016; Lopera y Moreno, 2014; Painter *et al.*, 2016) o son estudios diacrónicos (entre otros, Erviti, 2018; Fernández-Reyes, Piñuel y Vicente, 2015; León, 2013; León y de Lara, 2013; Lopera y Moreno, 2014). No comparan, sin embargo, la cobertura diaria de periódicos diferentes durante un período de un año completo como hacemos en este trabajo.

La observación de cómo se difunden mediáticamente los mensajes sobre un asunto lleva inevitablemente a hablar de las teorías de la agenda-setting y del priming. La primera establece que los medios de comunicación determinan el interés informativo de los temas así como el espacio y la importancia que se

les da, conformando de este modo una agenda mediática que a su vez influye en la agenda pública (McCombs y Shaw, 1972). De este modo, la segunda teoría sostiene que los medios también tienen la capacidad de influir en sus juicios sobre determinados temas o figuras políticas (Scheufele y Tewksbury, 2007). Y si bien es cierto que el auge de las redes sociales puede suscitar discrepancias sobre el poder de los medios convencionales, la prensa todavía es un “actor social fundamental, elemento constructor de identidades, vehículo de educación informal, propagadora y reflejo de valores y creencias globalizadas y productos multimodales e interactivo” (Salgado, 2009: 63) que sigue teniendo un papel fundamental a la hora de influir en la agenda pública (Barkemeyer *et al.*, 2017). Es decir, en aquellas cuestiones en las que la sociedad va a pensar por considerarlas más relevantes.

Los medios incluyen en sus agendas muchos temas, pero no otorgan a todos la misma relevancia. Para Dearing y Rogers (1996), la relevancia (*saliency*) es el grado en que un asunto de la agenda mediática es percibido como importante en un medio concreto. La investigación fundamentada en esta teoría, que constituye la base de nuestro trabajo, se preguntaría cómo de importante es un tema (en este caso, el cambio climático) para determinados medios analizando tres aspectos de sus coberturas: Primeramente, (a) el volumen, que se refiere a la cantidad de noticias; en segundo lugar, (b) la frecuencia, es decir, la distribución temporal y su posible relación con determinados hechos noticiosos. Y por último, (c) la ubicación, entendida como el medio en que se publican y su lugar dentro de cada medio. La medición de la atención mediática a través del volumen y frecuencia de información en la prensa, si bien podría ser completada con otras variables, ha sido un método utilizado con mucha frecuencia en la investigación de la agenda-setting (Howlett, 1997; Kioussis, 2004). Del mismo modo, otros aspectos de las noticias como el informar sobre ellas recurrentemente, “apuntan hacia la determinación de la importancia de los acontecimientos y ponerlos en el centro de atención de la opinión pública” (Rubio, 2009: 9), al igual que su aparición en las portadas de los diarios o en unos diarios más que en otros.

En relación al primer aspecto, el volumen de información (a), Mazur (1998) sostiene la teoría de que afecta más al público la cantidad de noticias que se publican sobre un tema que el contenido de la noticia en sí. Y también Carvalho (2005), al analizar los discursos mediáticos sobre el cambio climático, asegura que “el volumen de la cobertura informativa es

el primer indicador de la prominencia relativa otorgada a un tema con el paso del tiempo” (p. 3). En este sentido, la mayoría de las investigaciones que se han llevado a cabo en España muestran un aumento significativo del espacio dedicado a los problemas medioambientales en los medios desde la entrada en el nuevo siglo (Díaz Nosty, 2009), si bien en el caso del cambio climático en los medios impresos se ha detectado una pérdida de presencia en algunos casos (Arévalo, 2012; Fernández-Reyes *et al.*, 2015) y altibajos en otros (Fernández-Reyes, 2018).

También es importante observar la frecuencia (b) con que los medios se hacen eco de un problema y analizar sus posibles causas teniendo en cuenta que, en el caso del cambio climático, la información no suele mantener una continuidad en la agenda mediática, sino que “fluctúa en función de los valores de noticiabilidad periodística, de modo que las expresiones narrativas se ven supeditadas a la prevalencia de otras secciones o claves de la actualidad” (Díaz-Nosty, 2009: 6). Esto mismo ha sido observado en medios estadounidenses, donde la cobertura presenta variaciones con picos altos marcados por determinados eventos de la agenda internacional (Boykoff, 2007a; Boykoff y Roberts, 2007).

En lo que se refiere al tercer aspecto, la ubicación (c), en España se ha detectado que en los editoriales de periódicos progresistas hay una mayor presencia del cambio climático como tema (Blanco *et al.*, 2013; de Rueda, 2015; Fernández-Reyes, 2010a, 2010b) y que periódicos con una línea política de centroizquierda aceptan más el origen antropogénico y el consenso científico que los de centroderecha (León y Erviti, 2011). Otros han cuantificado la información difundida sobre el problema desde diversos medios y han observado diferencias entre ellos, pero apenas analizan las posibles causas (Fernández-Reyes, 2018; León, 2013). No así fuera de España, donde Boykoff (2007b) apunta a la ideología como una de las principales influencias en el contenido mediático tras descubrir diferencias significativas en la cobertura de diarios conservadores y progresistas en Europa y Estados Unidos.

Dentro del factor ubicación, también es interesante observar el lugar donde aparece la información sobre un asunto dentro de un mismo medio. Aspectos como su presencia en la primera página o dentro de una u otra sección de un diario pueden ser indicadores de la relevancia que este le concede. En el caso de los asuntos ambientales, la prensa no les prestó apenas atención durante

las décadas de los 50 y 60 del pasado siglo, y “hasta finales de los sesenta la sociedad no manifiesta una especial conciencia ambiental, y tampoco existe un periodismo ambiental” (Erviti, 2018: 70). Actualmente, sin embargo, esta temática ha conseguido hacerse un hueco y la mayoría de los diarios suelen incluirla en sus agendas, lo cual podría interpretarse como una muestra del interés por ella. No obstante, considerando que “el cambio climático guarda relación con la economía, la política, la sociedad o la cultura, además de la ciencia” (Parratt, 2009), esa idea es discutida por quienes defienden que una vez conseguida esa primera meta los asuntos medioambientales acabarán por trascender las secciones especializadas, que son más leídas por personas con un interés previo, hasta convertirse en un tema transversal para así llegar a públicos más amplios (Parratt, 2014).

1.2. Objetivos

Así pues, partiendo de la idea apuntada de que la relevancia que otorgan los medios de comunicación a un tema viene determinada por factores como los mencionados, nuestra investigación tiene como objetivo principal describir, analizar y comparar la importancia que dan los tres diarios más leídos en España al cambio climático durante todo 2017. De este objetivo se derivan las siguientes preguntas:

P.1. ¿Existen diferencias cuantitativas entre los diarios seleccionados respecto a su cobertura del cambio climático?

P.2. ¿Con qué frecuencia publican información sobre cambio climático?, ¿hay hechos noticiosos que determinen esa frecuencia?

P.3. ¿Qué lugar ocupa esa información dentro de cada diario, en portada, en una sección específica o dispersa, y qué podría revelar dicha ubicación?

2. METODOLOGÍA

El cuerpo de análisis del estudio está formado por las ediciones digitales de los periódicos *El País* (centroizquierda), *El Mundo* (centroderecha) y *ABC* (monárquico y conservador), que han sido seleccionados por tratarse de los diarios generalistas de ámbito nacional de mayor difusión en España (AIMC, 2017) y porque la disparidad en sus líneas ideológicas nos permite tener en cuenta la existencia de un vínculo entre la ideología y la cobertura del cambio

climático a la hora de decidir qué medios se van a escoger para analizar (Schmid-Petri, 2017). La elección de las ediciones digitales se debe a que la creciente importancia de este formato en detrimento de las ediciones en papel. Dado que el estudio no pretende observar la evolución de la cobertura en el tiempo, como han hecho otros trabajos, sino analizar diferencias en la cobertura de tres diarios diferentes, se hizo una delimitación temporal de doce meses completos, en este caso desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2017, año que marcó un hito cuando el presidente de Estados Unidos, Donald Trump, anunció la retirada de su país del Acuerdo del Clima.

Para la identificación de los textos y la recogida de datos se utilizó el buscador especializado MyNews, que permitió localizar todos los textos en los que aparecían los términos “cambio climático”, “calentamiento” o “efecto invernadero”, de uso más frecuente en los medios en el año analizado, frente a otros que se generalizarían posteriormente, como “crisis climática” o “emergencia climática”. Una vez localizados, se diferenció entre aquellos en los que el uso de cualquiera de esos términos respondía al tratamiento de una información centrada en el cambio climático y aquellos otros en los que, a pesar de mencionarse estos términos, no tenían como objetivo informativo el cambio climático. Si bien esos tres términos tienen distinto significado, son las formas más extendidas para denominar el fenómeno en ámbitos no especializados. De ahí que se considerara oportuno su uso para el propósito de esta fase de la investigación, que era la localización de textos con contenidos relacionados con el cambio climático. En el caso del calentamiento global, se optó por “calentamiento” porque en una prueba previa se habían detectado textos donde no aparecía el adjetivo *global* al hablar del calentamiento de la Tierra.

Una vez recogidas todas las piezas, a través de una metodología de análisis de contenido se catalogaron en relación a las siguientes variables definidas en una ficha de análisis previamente diseñada tomando como base la teoría de Dearing y Rogers (1996) antes señalada:

- Publicación: *El País*, *El Mundo* o *ABC*.
- Fecha: mes y día de la semana, este último extraída a partir de la fecha registrada.
- Si el cambio climático es el tema central del texto o solamente se menciona.

- Sección del medio en la que aparece publicada la información.
- Ubicación del texto en primera página o en páginas interiores: debido a que las primeras páginas de las versiones en línea sufren modificaciones a lo largo del día y no se disponía de una herramienta eficaz para su análisis, se optó por codificar esta variable consultando las versiones de papel.

Se obtuvieron 1.532 piezas, de las que se apartaron las 363 en las que el cambio climático no era el tema central tratado. Quedaron, por tanto, 1.169 informaciones que conformaron el universo con el que se haría el análisis posterior. Tras la codificación, se escogió una muestra aleatoria de 308, suficiente para un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Se comprobó la fiabilidad del proceso comparando la codificación de tres investigadores diferentes, obteniéndose un resultado de un coeficiente de fiabilidad de un 89% (porcentaje superior al 80% mínimo necesario, según la fórmula de Holsti).

En una etapa siguiente, utilizando el programa SPSS Statistics en su versión 24, se utilizó una metodología estadística tanto descriptiva como inferencial para identificar diferencias significativas entre los tres diarios objeto de estudio. El análisis aplicado fue no paramétrico, a través de tablas de contingencia con prueba de chi-cuadrado.

3. RESULTADOS

A continuación se muestran los hallazgos a los que dio lugar la codificación, que nos permiten describir la relevancia que otorgaron los diarios españoles *El País*, *El Mundo* y *ABC* en sus versiones digitales a la información relacionada con el cambio climático en 2017. En el apartado de Discusión y Conclusiones se analizan los más significativos.

Como se ha señalado, una vez descartados los 363 textos en los que aparecían simples menciones al cambio climático, la búsqueda dio como resultado 1.169 textos válidos en los que aparecía el mismo como tema central. La prensa analizada publicó una media de 3,2 noticias diarias sobre dicho tema, es decir, algo más de una noticia (1,06) diaria por periódico. Al comparar cabeceras se observa que cerca de la mitad (46,6%) de los textos corresponden a *El País*, un tercio (33%) a *ABC* y poco más de una quinta parte (20,4%) a *El Mundo* (véase tabla1).

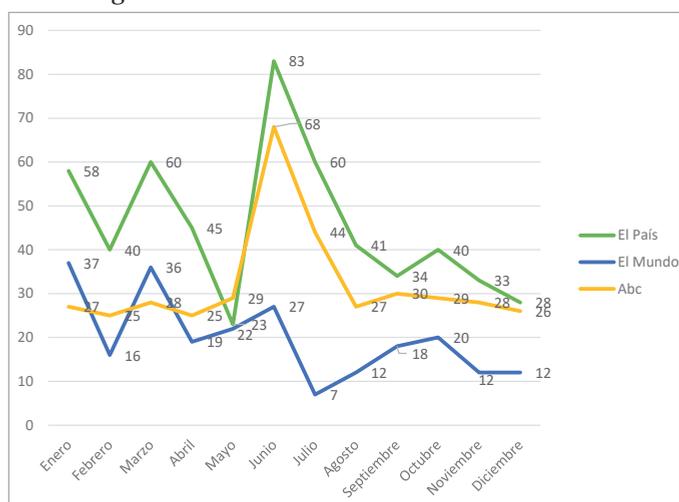
Tabla 1. Cantidad de textos por periódicos.

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|--------------|-------------|--------------|
| Válido | El País | 545 | 46,6 |
| | El Mundo | 238 | 20,4 |
| | ABC | 386 | 33,0 |
| | Total | 1169 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia.

En lo que se refiere a la frecuencia con la que se publicó la información entre los tres diarios, los datos extraídos revelan que la distribución de los textos por meses fue muy desigual. Junio fue el mes en el que más textos se publicaron (15,2%), seguido de marzo (10,6%), enero (10,4%) y julio (9,5%); los porcentajes más bajos corresponden a los meses de diciembre (5,6%), noviembre (6,2%) y mayo (6,3%). Al analizar la distribución de los textos en cada uno de los diarios, se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre los tres ($\chi^2(22)=50,68$; $p<0,001$). Las más evidentes se aprecian en el mes de enero, pues mientras que *El País* publica el 10,64% de sus piezas relacionadas con el tema objeto de estudio y *El Mundo* el 15,55%, *ABC* publica el 6,99%. También destaca el mes de marzo, cuando de nuevo *El Mundo* publica más piezas (15,13%), seguido de *El País* (11,01%) y *ABC* (7,25%). El mes en el que las diferencias resultan más llamativas es julio: *El País* publica el 11,01% de sus textos y *ABC* el 11,4%, mientras que *El Mundo* publica tan solo el 2,94% (véase Figura 1).

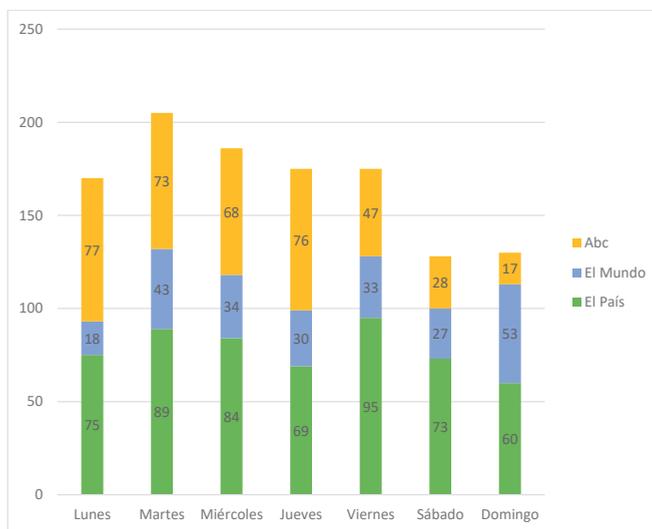
Figura 1. Distribución mensual de los textos.



Fuente: Elaboración propia.

Cuando se analizó la distribución de los textos a lo largo de los días de la semana en el conjunto de diarios, se percibió una presencia de textos superior los días laborales que los fines de semana. También se encontraron diferencias significativas entre diarios ($\chi^2(12)=81,12$; $p<0,001$). Las más evidentes se perciben los lunes, días en los que ABC publica el 19,95%, *El País* el 13,75% y *El Mundo* el 7,56%. Igualmente, hay diferencias relevantes los fines de semana: los sábados *El Mundo* (11,34%) y *El País* (13,39%) publican mayor cantidad que ABC (7,25%), mientras que los domingos *El Mundo* publica el 22,27%, *El País* el 11,01% y ABC tan solo el 4,40% (véase Figura 2).

Figura 2. Distribución diaria de los textos.

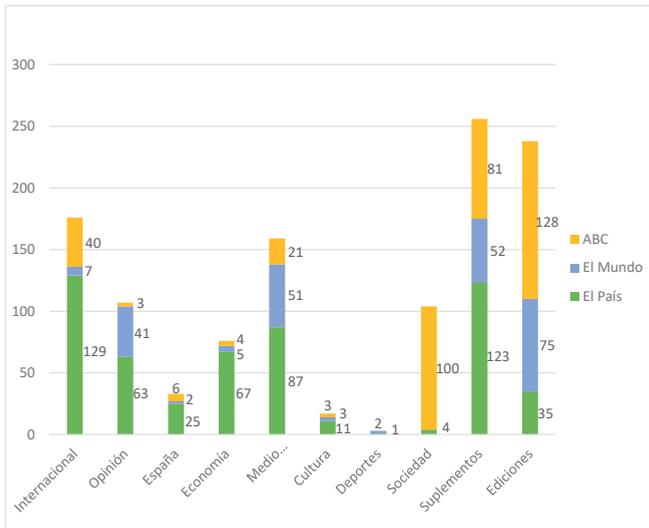


Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, al observar la ubicación de los textos en las diferentes secciones de los periódicos se encontraron diferencias estadísticamente significativas ($\chi^2(18)=494,15$; $p<0,001$). Los tres diarios publicaron en suplementos en cantidades similares: 20,98% en ABC, 21,85% en *El Mundo* y 22,57% en *El País*. Sin embargo, mientras que en la sección de Sociedad ABC publica el 25,91%, *El País* el 0,73% y *El Mundo* ninguna. Destacan también las secciones de Internacional, en donde *El País* publica el 23,67%, ABC el 10,36% y *El Mundo* el 2,94%; y la de Economía, con un 12,29% en *El País*, 2,94% en

El Mundo y 1,04% *ABC*. En lo que respecta a la sección de Medio Ambiente, mientras que *El Mundo* publica en ella un 21,43%, *El País* ubica un 15,96% y *ABC* un 5,44% (véase Figura 3).

Figura 3. Ubicación de los textos por secciones.

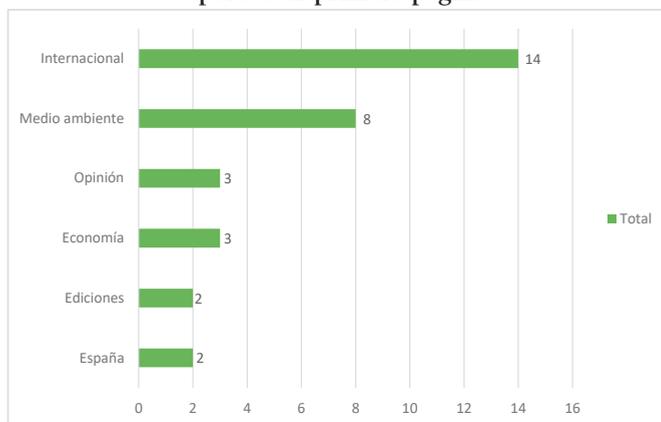


Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la ubicación de los textos en primera página, lo cual indica que se les está otorgando una relevancia mayor, se han identificado diferencias significativas entre los tres medios ($\chi^2(2)=22,54$; $p<0,001$). Así el diario que colocó un mayor número de textos sobre cambio climático en sus primeras páginas fue *El Mundo*, con un 6,3%, seguido de *El País*, con un 3,12%, mientras que ninguno de los publicados en *ABC* fue destacado en ese lugar.

El cruce de las variables primera página y sección arroja resultados reveladores ($\chi^2(9)=36,83$; $p<0,001$), ya que la mayor parte de la escasa información que se publicó en primera página (22 textos de un total de 32) se concentró en las secciones de Internacional y de Medio Ambiente; el resto se repartió en cantidades mínimas en Opinión, Economía, Ediciones y España (véase Figura 4).

Figura 4. Secciones a las que pertenece la información que aparece en primera página.



Fuente: Elaboración propia.

También se trató de averiguar si existían diferencias entre los tres medios analizados a la hora de decidir la inclusión en primera página de una pieza determinada en función de la sección en la que se ubicaba. Para ello se elaboraron tablas de contingencia de 3x3 con prueba de chi-cuadrado. Si bien cuando en el análisis no se establecen comparaciones entre los medios sino en su conjunto, sí existen diferencias significativas ($\chi^2(9)=36,83$; $p<0,001$), cuando se analizan los diarios por separado los resultados no son significativos en cada uno de ellos. Mientras que en *El Mundo* las diferencias son significativas ($\chi^2(8)=45,63$; $p<0,001$), en *ABC* el análisis no es posible por no incluir ninguna información en la primera página y en *El País* el resultado no es significativo ($\chi^2(9)=15,92$; $p=0,069$).

En el caso de *El Mundo*, único medio en el que las diferencias son relevantes, mientras que ninguna de las piezas que aparecen en las secciones de Suplementos, Sociedad, Cultura, Economía o Deportes han aparecido en la primera página del medio, el 57,14% de las informaciones de Internacional sí se han incluido en este lugar destacado. Además, lo han hecho el 50% de las informaciones de España, el 11,76% de las informaciones de Medio Ambiente, el 4,88% de las informaciones de Opinión y el 2,67% de Ediciones.

4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los resultados del estudio nos llevan a considerar que el cambio climático es un tema presente en la prensa española analizada, ya que en 2017 se algo publicó una media de algo más de un texto diario (1,06) relacionado con este problema por periódico. Si se tiene en cuenta, como ya se ha indicado, que las agendas mediáticas influyen en la agenda pública (McCombs y Shaw, 1972), no es de extrañar que ese año los españoles calificaran al cambio climático como una gran amenaza para su país (Pew Research Center, 2019). No obstante, deben matizarse estos datos relacionando el factor volumen (cantidad de textos publicados) con el factor ubicación (diario donde se publican), pues en este caso se observan diferencias significativas entre las tres cabeceras analizadas: cerca de la mitad de lo publicado (46,6%) pertenecía a *El País*, casi un tercio (33%) a *ABC* y poco más de la quinta parte (20,4) a *El Mundo*. Esto revela que *El País* ha incrementado considerablemente su cobertura en la última década, puesto que un estudio previo (Reig y Alcaide, 2007) lo situaba cuantitativamente casi al mismo nivel que *El Mundo* en 2006 y 2007.

Este hecho también parece estar en consonancia con trabajos según los cuales los periódicos menos conservadores, como es el caso de *El País*, publican más noticias sobre temática ambiental (Dotson, Jacobson, Kaid y Carlton, 2012) y reforzaría, en definitiva, la hipótesis de la influencia de la ideología de los medios en la elección que estos hacen de sus contenidos (Boykoff, 2007a; Boykoff y Boykoff, 2004; Carvalho y Burgess, 2005; de Rueda, 2015; Fernández Reyes, 2010a, 2010b).

Por otra parte, la distribución temporal de la cobertura en el caso español no es homogénea, algo que también pusieron de manifiesto investigaciones realizadas en otros países (Boykoff, 2007a; Roser-Renouf y Nisbet, 2008), donde se apreció una falta de continuidad de la información sobre cambio climático en la agenda mediática. Una de las explicaciones de esto podría estar en que cuando se produce un hecho relevante sobre este fenómeno, los medios de comunicación “se vuelven más sensibles al tema (...) y dedican más espacio y más atención a ello. No sólo dedican más espacio al acontecimiento especial, sino a otras informaciones sobre el cambio climático que en otros meses no conseguirían hacerse un sitio en la agenda mediática. Esta inercia se presenta, en ocasiones, en el mes previo y/o en el posterior (...)” (Fernández-Reyes *et al.*, 2015, párr. 40). A juicio de Fernández-Reyes *et al.* (2017), también

contribuiría a incrementar la cobertura mediática la aparición, justo antes de dichos hechos, de estudios que alertan de la gravedad del problema.

Las cifras, que señalan a junio, julio, marzo y enero como los meses más abundantes informativamente hablando, nos llevan a coincidir con la afirmación anterior de Fernández-Reyes *et al.* (2015): en junio (con un 15,2% de textos publicados) se celebra el Día Mundial del Medio Ambiente y, además, en junio de 2017 Donald Trump anunció que Estados Unidos abandonaba el Acuerdo de París; en julio (9,5%) la mayoría de la información publicada giró en torno a las reacciones de la comunidad internacional al anuncio del presidente americano el mes anterior; en marzo (10,6%) se celebró la reunión del G20 y Europa debatía sobre el programa de recorte de emisiones de gases de efecto invernadero; y en enero (10,4%) Europa empezaba a prepararse ante el temor de que Trump, que acababa de acceder al poder, abandonara el Pacto de París tal y como había prometido durante su campaña electoral. A la vista de esto, no solo se confirma que la mayor cobertura coincide con eventos especiales, sino que además la agenda política, particularmente la internacional, tiene un considerable peso en la cobertura mediática del cambio climático en los diarios españoles, tal y como señalan varios autores (Carvalho y Burgess, 2005; Domínguez, Lafita y Mateu, 2016; Fernández-Reyes, 2018; Lopera y Moreno, 2014).

Frente a los resultados antes señalados, otros eran menos previsibles. Llama la atención el hecho de que no se produjeran picos altos en octubre y diciembre, meses en los que se celebraron el Día Internacional contra el Cambio Climático y la XXIII Conferencia sobre Cambio Climático, respectivamente. Esto parece contradecir a estudios previos (Fernández-Reyes *et al.*, 2015) que observaron cómo los picos más altos en la cobertura de la prensa española coincidían con los últimos meses del año, fechas en las que han tenido lugar la mayoría de Cumbres del Clima. Sí coincide, sin embargo, con un trabajo posterior (Teso, Fernández-Reyes, Gaitán, Lozano y Piñuel, 2018), donde se constata que Donald Trump hizo sombra a las Cumbres de Bonn y la del G20, si bien ese análisis se hizo sobre un grupo de diarios entre los que no se encontraba *ABC*. En nuestro estudio, el protagonismo de Trump incluso por encima de eventos internacionales es claro en los tres diarios analizados y es especialmente patente en el periódico *ABC*, que pese a ser el que más homogeneidad muestra en su cobertura, alcanza en junio (fecha en que el presidente americano anuncia la retirada de su país del Acuerdo del Clima)

el mayor pico de cobertura (17,62%) de todo el año incluso por encima de *El País* (15,23%) y *El Mundo* (11,34%).

Este hecho podría tener una doble explicación. Por una parte, estudios previos constataron que, tras la crisis económica, la presencia de medios de comunicación en las cumbres se redujo del 60% registrado en Copenhague en 2009 al 19% de Durban en 2011 (Quesada *et al.*, 2015). En el caso de España, aunque se ha detectado que la cobertura del cambio climático depende mucho de eventos de carácter internacional, también se ha observado que se ha visto afectada por circunstancias internas como la crisis económica (Erviti y León, 2017).

Por otra parte, las características de Donald Trump como personaje y lo llamativo de su anuncio están en consonancia con trabajos (Quesada *et al.*, 2015) que subrayan el papel protagonista de políticos y gobiernos, particularmente el de Estados Unidos, en la cobertura informativa. No en vano la prominencia de las noticias sobre cambio climático asociadas con el presidente americano en 2017 (referida como “Trump Dump” en aquel país) fue tal que Boykoff *et al.* (2018), en un estudio sobre la evolución de la cobertura del fenómeno en la prensa española entre 2000 y 2018, señalaron que nunca en ese período una figura había atraído tanta atención mediática cuantitativa con una connotación negativa.

En definitiva, no solo constatamos la prevalencia de los acontecimientos políticos internacionales en la agenda, sino particularmente lo apuntado por Reig y Alcaide (2007): el tirón mediático de ciertos personajes en el periodismo ambiental.

La distribución de la cobertura por días de la semana también corrobora lo dicho anteriormente: los días laborables se producen más acontecimientos de carácter político y es cuando en términos globales se publica más información relacionada con el cambio climático; por el contrario, los sábados y los domingos es cuando más prensa se lee y cuando menos se publica dicha información, con la única excepción de *El Mundo*, que incrementa su cobertura los domingos.

En relación con la sección de los diarios analizados, hay dos aspectos relevadores que podrían considerarse indicativos de que el cambio climático tiene una cierta relevancia dentro de las agendas temáticas de dichos diarios. El primero es la existencia de suplementos especiales dedicados al medio

ambiente, que es donde se alojó cerca de un 21,9% de la información sobre cambio climático en términos globales; el segundo, el hecho de que el resto se repartiese en prácticamente todas las demás secciones con una presencia significativa en Internacional (15,1%), Medio Ambiente (13,6%) (de nuevo un espacio específico) y en mayor medida en Ediciones (20,4%). Este último dato contradice a trabajos previos donde se evidenciaba una baja presencia de temas relacionados con el problema climático en las agendas locales en medios de Estados Unidos (Liu, Lindquist y Vedlitz, 2011), de 12 países de habla hispana (Arcila *et al.*, 2015) o particularmente de Argentina (González, 2012).

Con respecto a las diferencias entre diarios estadísticamente significativas, es revelador que *El Mundo* concentre una gran parte de sus informaciones en la sección más especializada, la de Medio Ambiente (lo cual evidencia la importancia que el diario otorga a la temática ambiental), y *ABC* en la más ligera, la de Sociedad, una sección que suele aglutinar una variedad de temáticas pero que suele ser considerada prioritaria. Por su parte, *El País* parece repartirla más, particularmente entre las secciones de Economía, Medio Ambiente y sobre todo Internacional, que tradicionalmente ha sido considerada como una de la más valoradas (y es de suponer que más leídas) por los lectores de este diario.

Puede afirmarse, por tanto, que en términos generales la temática ambiental, que es donde se inscribe el cambio climático, no solo ha logrado contar con su propio espacio y tener presencia en suplementos especiales de la prensa analizada, sino que se va haciendo un hueco en otras secciones. La necesidad de expandir la información ambiental a todos los contenidos de los diarios se explicaría por el propósito de llegar a más lectores, ya que es de suponer que quienes leen las secciones y suplementos especializados en medio ambiente serán mayoritariamente personas con un interés previo por esta temática. Esto nos lleva a plantearnos la pertinencia de, en futuros análisis, determinar en qué medida existe una relación causa-efecto entre la relevancia otorgada por la prensa al cambio climático y la recepción de este problema por parte de los lectores.

Finalmente, la escasa presencia (2,7% de los textos) de información en las portadas de los periódicos analizados (nula en el caso de *ABC*), que además estaba mayoritariamente vinculada a hechos de alcance internacional, sería un indicador de que la importancia que se dio al cambio climático todavía no

pesó tanto en la agenda mediática como otros temas. En próximos trabajos, observar la evolución de esa y de las demás circunstancias, además de ampliar las variables analizadas para incluir aspectos no contemplados por Dearing y Rogers (1996), permitirá avanzar en la investigación sobre nuestro objeto de estudio y despejar así más dudas sobre el lugar que podría llegar a ocupar el cambio climático en las agendas de la prensa analizada.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AIMC. (2018). *Resumen general de resultados EGM. Febrero a noviembre 2017*. Madrid: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. Recuperado el 24 de enero de 2019 en: de <http://cort.as/-Sj7u>
- Anderson, A. (2009). "Media, Politics and Climate Change: Towards a New Research Agenda". *Sociology Compass*, 3(2), 166–182. doi:10.1111/j.1751-9020.2008.00188.x
- Arcila, C., Freyle, J. y Mercado, M. T. (2015). "De la Cumbre de Nairobi (2006) a Copenhague (2009): cobertura del cambio climático en medios digitales en español". *Cuadernos.info*, 0(37), 107–119. doi:10.7764/cdi.37.779
- Arévalo, C. (2012). *Climate Change Summits beyond Copenhagen beyond Copenhagen. Who Goes, Who Stays, and How Are Covered?* (Reuters Institute Fellowship Paper). Oxford: University of Oxford. Recuperado el 28 de diciembre de 2018 en: <https://bit.ly/2nlPZ5y>
- Barkemeyer, R., Figge, F., Hoepner, A., Holt, D., Kraak, J. M. y Yu, P. (2017). "Media coverage of climate change: An international comparison". *Environment and Planning C: Politics and Space*, 0, 1029–1054. doi:10.1177/0263774X16680818
- Blanco, E., Quesada, M. y Teruel, L. (2013). "Entre Kioto y Durban. Posición editorial de los medios de referencia ante el cambio climático". *Revista Latina de Comunicación Social*, 68(4), 420–435. doi:10.4185/RLCS-2013-983/crossreflink
- Boykoff, M.T. (2007a). "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. Recuperado el 30 de diciembre de 2018 en: <https://bit.ly/2mScrmQ>
- Boykoff, M.T. (2007b). "Flogging a dead norm? Newspaper coverage of anthropogenic climate change in the United States and United Kingdom from 2003 to 2006". *Area*, 39(2), 470–481. Recuperado el 2 de abril de 2019 en: <https://bit.ly/2lVJcz4>
- Boykoff, M. T. y Boykoff, J. M. (2004). "Balance as bias: global warming and the US prestige press". *Global Environmental Change*, 14(2), 125–136. doi:10.1016/j.gloenvcha.2003.10.001
- Boykoff, M., Daly, M., Fernández-Reyes, R., McAllister, L., McNatt, M., Nacu-Schmidt, A., Oonk, D. y Pearman, O. (2018). "World Newspaper Coverage of Climate Change or Global Warming, 2004-2018 - April 2018". *Media and Climate Change Observatory Data Sets*. doi:10.25810/4C3B-B819.1

- Boykoff, M. T. y Roberts, J. T. (2007). *Media coverage of climate change: current trends, strengths, weaknesses* (Human Development Report 2007/2008). Nueva York: UNDP. Recuperado el 14 de marzo de 2019 en: <https://cutt.ly/iePPTdf>
- Carvalho, A. (2005). "Representing the Politics of the Greenhouse Effect". *Critical Discourse Studies*, 2, 1–29. doi:10.1080/17405900500052143
- Carvalho, A. y Burgess, J. (2005). "Cultural Circuits of Climate Change in U.K. Broadsheet Newspapers, 1985–2003". *Risk Analysis*, 25(6), 1457–1469. doi:10.1111/j.1539-6924.2005.00692.x
- De Rueda, Á. de (2015). *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)*. Universidad CEU Cardenal Herrera, Valencia, España. Recuperado el 4 de enero de 2019 en: <https://bit.ly/2IU3wky>
- Dearing, James W. y Rogers, Everett M. (1996). *Agenda-Setting*. Thousand oaks: Sage.
- Díaz-Nosty, Bernardo (2009). "Cambio climático, consenso científico y construcción mediática. Los paradigmas de la comunicación para la sostenibilidad". *Revista Latina de Comunicación Social*, 12(64), 99–119. doi/10.4185/RLCS-64-2009-808-99-119
- Domínguez, M., Lafita, Í., y Mateu, A. (2017). "Taking climate change seriously: An analysis of op-ed articles in Spanish press". *Public Understanding of Science*, 26(7), 861–871. doi:10.1177/0963662516641844
- Dotson, D. M., Jacobson, S. K., Kaid, L. L. y Carlton, J. S. (2012). "Media Coverage of Climate Change in Chile: A Content Analysis of Conservative and Liberal Newspapers". *Environmental Communication: A Journal of Nature and Culture*, 6, 64–81. doi:10.1080/17524032.2011.642078
- Erviti, M. C. (2018). "El cambio climático en la agenda mediática: alertas, silencios y controversias". En D. Rodrigo, P. de Casas y P. Toboso (Eds.), *Los medios de comunicación como difusores del cambio climático* (pp. 67–86). Madrid: Egregius.
- Erviti, M. C. y León, B. (2017). "Climate Change Communication in Spain". *Oxford Research Encyclopedia of Climate Science*. doi: 10.1093/acrefore/9780190228620.013.460
- Fernández-Reyes, R. (2010a). "Irrupción mediática y representación ideológica del cambio climático en España". *Contribuciones a las Ciencias Sociales, octubre*, 1–15. Recuperado el 4 de mayo de 2019 en: <https://bit.ly/2IjTEg>
- Fernández-Reyes, R. (2010b). "Reconocimiento y cuestionamiento mediático del cambio climático en España". *Contribuciones a las Ciencias Sociales, diciembre*, 1–23. Recuperado el 4 de enero de 2019 en: <https://bit.ly/2nkpVS>
- Fernández-Reyes, R. (2018). "La comunicación del cambio climático en la prensa. Una mirada global en el contexto actual y evolución en los últimos años". En G. Teso, R. Fernández-Reyes, J.A. Gaitán, C. Lozano y J.L. Piñuel (2018). *Comunicación para la sostenibilidad: el cambio climático en los medios (documento de trabajo)* (pp. 59–71). Madrid: Fundación Alternativas. Recuperado el 8 de febrero de 2019 en: <http://cort.as/-Sj5r>
- Fernández-Reyes, R., Piñuel, J. L. y Águila, J. C. (2017). "Contraste de la cobertura periodística del cambio climático y del calentamiento global en España y en el ámbito internacional: IV-V Informes del IPCC y Bali-Copenhague-París". *Revista Latina de Comunicación Social*, (72), 1165–1185. doi:10.4185/RLCS-2017-1213

- Fernández-Reyes, R., Piñuel, J. L. y Vicente, M. (2015). “La cobertura periodística del cambio climático y del calentamiento global en El País, El Mundo y La Vanguardia”. *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 122–140. doi:10.4185/RLCS-2015-1038
- González, L. (2012). “El cambio climático en la prensa local. Agenda informativa, valores noticiosos y encuadres periodísticos en dos diarios argentinos”. *Razón y Palabra*, 17(80). Recuperado el 19 de marzo de 2019 en: <http://cort.as/-Sj76>
- Howlett, M. (1997). “Issue-Attention and Punctuated Equilibria Models Reconsidered: An Empirical Examination of the Dynamics of Agenda-Setting in Canada”. *Canadian Journal of Political Science/Revue Canadienne de Science Politique*, 30(1), 3–29. doi:10.1017/S0008423900014918
- Kiousis, S. (2004). “Explicating Media Salience: A Factor Analysis of New York Times Issue Coverage During the 2000 U.S. Presidential Election”. *Journal of Communication*, 54, 71–87. doi:10.1111/j.1460-2466.2004.tb02614.x
- León, B. (2013). “La representación del cambio climático en los medios españoles”. En B. León (Ed.), *El periodismo ante el cambio climático. Nuevas perspectivas y retos* (pp. 11–44). Barcelona: UOC. Recuperado el 19 de marzo de 2019 en: <https://bit.ly/2IT5rG0>
- León, B. y Codina, M. (2016). “Information and opinion in the representation of scientific consensus and skepticism on climate change, in Spanish language online publications”. *Observatorio (OBS)*, 10(3), 104–118. Recuperado el 19 de marzo de 2019 en: <http://cort.as/-Sj6q>
- León, B., y de Lara, A. (2013). “Ciencia y cambio climático. Estudio de la cobertura del cambio climático en la prensa española”. En R. Fernández-Reyes (Dir.) y R. Mancina (Coord.), *Medios de comunicación y cambio climático* (pp. 91–104). Sevilla: Fénix Editora. Recuperado el 26 de febrero de 2019 en: <https://bit.ly/2mSrlcq>
- León, B., y Erviti, M. C. (2011). “Portrayal of scientific controversy on climate change. A study of the coverage of the Copenhagen summit in the Spanish press”. *Observatorio (OBS)*, 5(3), 45–63. Recuperado el 26 de febrero de 2019 en: <http://cort.as/-Sj6f>
- Liu, X., Lindquist, E. y Vedlitz, A. (2011). “Explaining media and congressional attention to global climate change”, 1969–2005: An empirical test of agenda-setting theory. *Political Research Quarterly*, 62(4), 405–419. doi:10.1177/1065912909346744
- Lopera, E., y Moreno, C. (2014). “The iconographic discourse of climate science, examined through the press coverage of Spanish daily newspapers”. En *13th International Public Communication of Science and Technology Conference*. Salvador de Bahía: PCST Network. Recuperado el 6 de febrero de 2019 en: <http://cort.as/-Sj6Z>
- Mazur, A. (1998). “Global Environmental Change in the News: 1987-90 vs 1992-6”. *International Sociology*, 13(4), 457–472. doi:org/10.1177/026858098013004003
- McCombs, M., y Shaw, D. L. (1972). “The Agenda-Setting Function of Mass Media”. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. Recuperado el 20 de mayo de 2019 en: <http://cort.as/-Sj6P>
- Painter, J., Erviti, M. C., Fletcher, R., Howarth, C., Kristiansen, S., León, B., Schäfer, M. S. (2016). *Something Old, Something New: Digital Media and the Coverage of Climate Change*. Cambridge: Reuters Institute for the Study of Journalism.

- Parratt, S. (2009). "Climate change in Spain's Media: a deficient answer". *Infoamérica. Iberoamerican Communication Review*, 1, 129–138. Recuperado el 30 de abril de 2019 en: <https://bit.ly/2nqsh8o>
- Parratt, S. (2014). "El periodismo ambiental como especialidad en las universidades españolas". *Prisma Social*, 12, 335–363. Recuperado el 2 de mayo de 2019 en: <https://cutt.ly/RrTSOto>
- Pew Research Center. (2019). *Climate Change Still Seen as Top Global Threat, but Cyberattacks Rising Concern*. Recuperado el 16 de enero de 2019 en: <http://cort.as/Sj6A>
- Quesada, M., Blanco, E., y Teruel, L. (2015). "El cambio climático en la prensa europea: discurso editorial en El País, Le Monde, The Guardian y Frankfurter Allgemeine Zeitung". *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 21(1), 523–539. doi:10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n1.49109
- Reig, R., y Alcaide, J. L. (2007). "El calentamiento de la prensa ante el cambio climático: El caso Al Gore y la tendencia al catastrofismo". En FR. Contreras, (Dir.), A. Caraballo, M. G. Castro y I. D. Martín (Eds.). *Cultura verde: ecología, cultura y comunicación* (pp. 303–326). Sevilla: Consejería de Medio Ambiente, Junta de Andalucía. Recuperado el 27 de marzo de 2019 en: <http://cort.as/Sj63>
- Roser-Renouf, C., y Nisbet, M. C. (2008). "The Measurement of Key Behavioral Science Constructs in Climate Change". *International Journal of Sustainability Communication*, 3, 37–95. Recuperado el 3 de abril de 2019 en: <http://cort.as/Sj5z>
- Rubio, J. M. (2009). "Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting". *Gazeta de Antropología*, 25(1), 1–17. Recuperado el 9 de mayo de 2019 en: <https://bit.ly/2Wn1zJq>
- Salgado, E. (2009). *¿Qué dicen los periódicos?: reflexiones y propuestas para el análisis de la prensa escrita*. México, D.F.: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Scheufele, D.A. y Tewksbury, D. (2007). "Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models". *Journal of Communication*, 57(9-20). doi:10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x.
- Schmid-Petri, H. (2017). "Do Conservative Media Provide a Forum for Skeptical Voices? The Link Between Ideology and the Coverage of Climate Change in British, German, and Swiss Newspapers". *Environmental Communication*, 11(4), 554–567. doi:10.1080/17524032.2017.1280518
- Teso, G., Fernández-Reyes, R., Gaitán, J. A., Lozano, C. y Piñuel, J. L. (2018). *Comunicación para la sostenibilidad: el cambio climático en los medios* (documento de trabajo) (pp. 59–71). Madrid: Fundación Alternativas. Recuperado el 30 de abril de 2019 en: <http://cort.as/Sj5r>

NOTAS BIOGRÁFICAS

SONIA PARRATT FERNÁNDEZ

Doctora en Periodismo por la Universidad de Santiago de Compostela. Profesora titular en el Departamento de Periodismo y Comunicación Global de la Universidad Complutense de Madrid. Sus líneas de investigación son: redacción periodística, periodismo y literatura, comunicación ambiental, información de problemas sociales.

MONTSE MERA FERNÁNDEZ

Doctora en Ciencias de la Información (Periodismo) por la Universidad Complutense de Madrid, es profesora en el Departamento de Periodismo y Comunicación Global (UCM). Sus líneas de investigación son: redacción periodística, géneros periodísticos, periodismo y literatura, periodismo y cine.

RAFAEL CARRASCO POLAINO

Doctor en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Profesor contratado doctor del Departamento de Periodismo y Nuevos Medios de la UCM. Sus líneas de investigación son: periodismo, comunicación social, tecnologías de la información y empresa informativa.

