

Tratamiento de la información medioambiental en la prensa regional y el papel de los departamentos de comunicación¹

Environmental Information Processing in the Regional Press and the Role of Communication Departments²

Hildegart González

Universidad de Navarra

Idoia Portilla

Universidad de Navarra

The regional press in Navarra has posted a total of 21,250 environmental news from January 2004 to December 2012, attending to CRANA, a foundation promoted by the Government of Navarre and leader in this area. Based on this register, a total of 2,125 news are analyzed with the aim of studying the priority given to this information and the role of communication departments in charge of promoting environmental issues. Besides the content analysis, a qualitative study allowed us to understand the influence of communication departments in the publication of environmental news.

Key words: environment, press, communication departments, media sources.

Desde enero de 2004 a diciembre de 2012 la prensa regional editada en Navarra ha publicado un total de 21.250 noticias con informaciones relacionadas con el medio ambiente, según el registro del Centro de Recursos Ambientales de Navarra (CRANA), fundación promovida por Gobierno de Navarra y referente en esta área. Tomando como base este registro, se han analizado un total de 2.125 noticias con el objetivo de estudiar la prioridad informativa así como el papel de los departamentos de comunicación a la hora de promoverla. Para completar la información del análisis de contenido, se ha realizado un estudio cualitativo que ha permitido entender la influencia de los departamentos de comunicación en la publicación de noticias sobre medioambiente.

Palabras clave: medio ambiente, prensa, departamentos de comunicación, fuentes informativas.

Los medios de comunicación pueden actuar como fuente de información sobre el medio ambiente, jugando un papel importante en la sensibilización y formación sobre este tema. Cuanta mayor relevancia otorguen los medios a estas informaciones, mayor será el espacio para impulsar este ámbito, que, además, puede ser aprovechado por los organismos que promocionan acciones sobre cuestiones medioambientales para lograr sus objetivos.

Bajo estas premisas, en el presente trabajo se analiza la presencia y el tratamiento de las informaciones relacionadas con el medio ambiente publicadas a lo largo de nueve años (2004-2012) en los dos diarios regionales editados en Navarra y de peso en la comunidad: *Diario de Navarra* y *Diario de Noticias*. Para este análisis, se ha contado con el registro de noticias del Centro de Recursos Ambientales de Navarra (CRANA). Este organismo, promovido por Gobierno de Navarra y la empresa pública Gestión Ambiental de Navarra, surge en 2003 con el objetivo de ser referente en información, sensibilización y comunicación en este campo (Crana, 2010).

De las 21.250 noticias detectadas por CRANA a lo largo de estos nueve años se ha seleccionado una muestra representativa de 2.125 para realizar un análisis de contenido. Mediante esta técnica se busca, en primer lugar, analizar la prioridad de las informaciones medioambientales en la prensa navarra. Para ello, se ha registrado el espacio que ocupaban tales noticias, su posición en el diario en cuanto a página y sección, el género de la noticia y la presencia o no de elementos gráficos.

Además de estos aspectos, en el análisis de contenido se presta atención a la firma, al protagonista y las fuentes de estas noticias. Su estudio permite, por un lado, conocer la relevancia de estas informaciones para los diarios y, por otro, valorar el papel que han desempeñado los departamentos de comunicación a la hora de promover su publicación. Para completar el estudio del papel de estos departamentos y su influencia en la publicación de noticias sobre medio ambiente, se ha realizado un análisis cualitativo mediante entrevistas en profundidad a responsables de CRANA, organismo de referencia en el campo medioambiental en Navarra.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

El nacimiento y posterior desarrollo del periodismo ambiental, calificado por Fernández en sus primeras obras como “cajón de sastre” (Fernández, 1995: 17) avalan la existencia de un campo informativo en el que reciben cobertura cuestiones relacionadas con el medioambiente.³ El periodismo ambiental cuenta ya con los requisitos precisos para considerarse periodismo especializado: “experiencia en la aplicación de una metodología periodística de investigación, asociaciones de pro-

fesionales, una función social importante y una demanda específica de la sociedad” (Fernández, 1995: 5).

De hecho, los medios de comunicación desempeñan un importante papel en el ámbito medioambiental como fuentes de información, sensibilización y formación hacia la opinión pública (Díaz, 2009; Fernández, 2010; Mercado, 2013). Su relevancia se menciona en cumbres sobre medio ambiente, como la de Río de Janeiro, y en decálogos de buenas prácticas. Un ejemplo de ello es el decálogo aprobado en las Jornadas Internacionales de Medios de Comunicación y Cambio Climático celebradas en Sevilla los días 22 y 23 de noviembre de 2012. En su octavo punto se afirma que “los medios de comunicación son fuente de información, e indirectamente de formación, para la gran mayoría de la población, ejerciendo una función de concienciación de primer orden” (Fernández y Mancinas, 2013: 8).

Diversas encuestas a escala nacional corroboran la importancia de los medios como informadores sobre medio ambiente. Según el estudio de la Fundación Española de Ciencia y Tecnología (FECYT, 2012), los medios de comunicación son los principales canales de información científica. Ya en el campo medioambiental, según la encuesta realizada por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS, 2012), el 84,9% de los españoles admitió informarse sobre cuestiones medioambientales a través de los medios de comunicación. Por último, en cuestiones concretas como el cambio climático, es relevante destacar que 8 de cada 10 españoles entiende que los medios tienen mucha o bastante responsabilidad en la búsqueda de soluciones a este problema (Meira, 2013: 74).

Sin embargo, a pesar de ser fuente fundamental para obtener información, las cuestiones medioambientales no son prioritarias para los periodistas (Fernández, 2006; León, 2007; Ramentol, 2008; Gotopo, 2013). En primer lugar, los medios no cuentan con secciones o suplementos para cubrir esta cuestión (Armentia, 1999; Semir De, 2008). Esta ausencia de sección propia viene respaldada en ocasiones por los agentes implicados en estas cuestiones, que abogan por la no existencia de tal sección (Jiménez, 1996; Elías, 2003) para salvaguardar el enfoque transversal que exigen las informaciones sobre medio ambiente. Esto puede explicar que, en el análisis de la cobertura de diarios nacionales sobre cuestiones relacionadas con el cambio climático, estas informaciones se albergaran mayormente en sociedad, opinión e internacional (León y De Lara, 2013).

La importancia otorgada a una noticia puede quedar patente también en el género utilizado. Una información ha recibido mayor atención por parte del medio cuando se publica como editorial o empleando formatos de mayor extensión como el reportaje (Moreno, 2001). Sin embargo, autores como Quiñónez (2012), y en el caso de medios digitales venezolanos, ya han mostrado que el género más frecuente para las informaciones sobre medio ambiente es la noticia. Otros aspectos que pueden denotar la relevancia de un tema son el espacio que se le dedica, la página donde se ubica, la inclusión de imágenes ilustrativas o la relevancia de la firma del artículo.

En cuanto a la firma, el hecho de que uno de sus periodistas firme un trabajo indica que lo considera un tema prioritario o de relevancia en sus contenidos frente a los artículos precedidos por la firma genérica del medio o de agencias. En el caso del periodismo especializado, es frecuente también contar con expertos que firman trabajos que desean divulgar a través de los medios (González, 2010).

Sin embargo, en el área medioambiental, algunos estudios apuntan el escaso número de noticias firmadas por expertos (Trotti y González, 2010; Sorhuet, 2013) o la elevada firma de agencias de noticias internacionales (Quiñónez, 2012).

Por otra parte, atendiendo a McCombs y Shaw (1972), la inclusión o no de informaciones en los diarios depende en muchos casos de los departamentos de comunicación. Su labor como fuentes informativas les otorga presencia mediática, como han confirmado diversos estudios (Ramírez, 1995; García, 2005; Almansa, 2005; González, 2006; Canel, 2007; Almansa, 2011; Gutiérrez y La Porte, 2013). Y aunque hoy en día pueden realizar acciones para llegar directamente a la sociedad a través de los nuevos medios (Cebrián, 2008), los departamentos de comunicación siguen apostando por acciones destinadas a los medios tradicionales que les permitan tener presencia en ellos.

Según León y De Lara (2013), en el ámbito medioambiental es fundamental analizar el papel de las entidades implicadas en su gestión. Los organismos involucrados en su regulación, en su defensa y en su estudio pueden contribuir a introducir información sobre este ámbito en la agenda pública (Freimuth *et al.*, 1984; Nelkin, 1987; Shepard, 1991). Estos estudios sobre la influencia de los departamentos de comunicación han sido considerados una corriente de investigación (Logan, 1995), en la que se enmarcaría también este trabajo.

OBJETIVOS Y UNIVERSO DE ESTUDIO

Tal y como se menciona en la introducción, este trabajo analiza la cobertura de las informaciones relacionadas con el medio ambiente por parte de la prensa regional editada en Navarra desde el 1 de enero de 2004 hasta el 31 de diciembre de 2012. Se toma como base el registro de 21.250 unidades periodísticas (en adelante UP) con informaciones relacionadas con el medio ambiente, según el registro de CRANA. Se entiende como UP en este análisis a cada uno de los textos publicados en los diarios (en cualquier sección y en cualquier género informativo o de opinión posible) que estén encabezados por un titular propio.

El archivo de CRANA se genera a partir del seguimiento diario de dos periódicos regionales, *Diario de Navarra* y *Diario de Noticias*, detectando todas las noticias publicadas sobre medio ambiente. Se trata de las dos únicas cabeceras editadas en Navarra. Además, son los dos diarios más leídos en esta Comunidad Autónoma. Según datos del EGM del tercer acumulado de móvil de 2012, extraídos con el programa TomMicro, *Diario de Navarra* alcanza en esa fecha una audiencia de 190.000 lectores navarros, lo que supone un 35,65% de la población de 14 años o más de esta comunidad. Para *Diario de Noticias* la cifra es de 88.400 de lectores en Navarra, un 16,6% de su población de 14 años o más.

Tomando como base este archivo de noticias, el primer objetivo de este estudio es delimitar los rasgos formales y de contenido que caracterizan a las UP publicadas por estos diarios, para determinar la prioridad informativa que los periodistas otorgan a esta cuestión. Concretamente se prestará atención a la sección donde se ubica la noticia, su género, el espacio que ocupa, la página en la que se publica, la inclusión o no de imágenes y la firma del trabajo. Como se ha justificado en la revisión de la literatura, estas informaciones no suelen ser prio-

ritarias para periodistas ni medios. Por ello, la primera hipótesis de este trabajo se formula del siguiente modo:

H1: Las cuestiones relacionadas con el medio ambiente no son prioridad noticiosa para los diarios navarros ya que su espacio es limitado, no suelen ser editoriales ni reportajes, no se publican mayoritariamente en páginas destacadas (como la portada), no suelen venir acompañadas de elementos gráficos, el firmante no es un periodista especializado y no aparecen en una sección propia.

El segundo objetivo es evaluar la influencia (cifrada en términos de presencia en unidad periodística como protagonista y/o fuente) de las entidades que son proactivas con los medios en este ámbito informativo, especialmente de CRANA. Este propósito se concreta en la siguiente hipótesis:

H2: La labor de los departamentos de comunicación de los organismos implicados en la gestión ambiental, en su regulación, en su defensa y en su estudio, se refleja en que aparecen de manera destacada como protagonistas y/o fuentes de las noticias publicadas. Siendo CRANA el organismo de referencia en Navarra en estas cuestiones, se parte de la premisa de que su proactividad tendrá reflejo en la prensa, con presencia como protagonista y/ o fuente informativa.

A continuación, se explican qué metodologías se aplicaron para obtener la información necesaria que permita corroborar o refutar estas hipótesis.

METODOLOGÍA APLICADA Y MUESTRA DE ESTUDIO

En este trabajo se emplearon dos metodologías complementarias. En primer lugar, se realizó un análisis de contenido (Bardin, 1986; Wimmer y Dominick, 1996; Bericat, 1998; Cea D'Ancora, 1998) de las noticias publicadas sobre medio ambiente por *Diario de Navarra* y *Diario de Noticias* desde 2004 hasta 2012. A partir de sus resultados se tratará de dar respuesta a las dos hipótesis.

En segundo lugar, se procedió a realizar dos entrevistas en profundidad: una al director general de CRANA y otra a la directora de comunicación de este organismo. El objetivo es completar las conclusiones obtenidas del análisis del contenido para corroborar la hipótesis 2.

Para el análisis de contenido se ha contado con el archivo de noticias de CRANA, tal y como ya se ha comentado. Según su registro, *Diario de Navarra* y *Diario de Noticias* publicaron un total de 21.250 UP relacionadas con el medio ambiente desde 2004 hasta 2012, de las que CRANA guarda copia. Además, desde agosto de 2003 esta entidad elabora un archivo digital en el que incluye los titulares de todas las noticias, información que pone a disposición de todos los ciudadanos a través de su web.⁴ A partir del archivo impreso, se procedió a seleccionar las unidades objeto de análisis de las que se registraría toda la información necesaria tal y como corresponde a un análisis de contenido.

La muestra final de UP se eligió mediante muestreo aleatorio sistemático. Para su elección, las unidades periodísticas publicadas por cada uno de los medios y registradas en el archivo de CRANA fueron ordenadas siguiendo dos criterios complementarios: cronológico (1-1-2004 al 31-12-2012) y de paginación del diario. A partir de este listado ordenado, se extrajo una muestra de 2.125

unidades periodísticas, seleccionando una de cada diez noticias. La muestra resultante presenta un margen de error $\pm 2\%$ a un nivel de confianza del 95% para $p=q=50\%$.

De cada una de estas 2.125 UP se registró un total de 26 aspectos que configuraron las variables de la base de datos (ver tabla 1).

Tabla 1. Variables analizadas

Diario
Año de publicación
Mes de publicación
Día de la semana de publicación
Sección
Género
Firma
Extensión
Página
Elementos gráficos
Qué se visualiza en el elemento gráfico
Cuál es la temática principal
Cuál es la temática secundaria
Cuál es la finalidad del tema principal
Cuál es el <i>framing</i> del tema principal
Qué valoración se realiza del tema principal
Origen del contenido de la UP
Quién es la entidad que ha promovido el contenido de la información publicada
Quién es la primera entidad mencionada
Quién es la fuente principal de la UP
Quién es la fuente secundaria de la UP
Tipo de participación ciudadana detectada en la información
Mención directa a CRANA
Cuál es la imagen proyectada de CRANA
Cuál es la función de CRANA en el texto
Quién es el portavoz de CRANA

Fuente: elaboración propia.

En el proceso de codificación participaron ocho personas,⁵ por lo que fue preciso diseñar un primer manual de codificación que fue testado sobre el 10% de la muestra para evaluar y mejorar su eficacia. Tras incorporar al manual las mejoras sugeridas por el *pretest*, se elaboró un manual definitivo para los codificadores, donde se definían con claridad los criterios de análisis en cada variable.

Para asegurar la coherencia entre los codificadores, se realizó una sesión formativa en septiembre de 2012. Tras ello se procedió a la codificación de las UP. Además, el grupo mantuvo reuniones semanales durante los cinco meses que duró el proceso de codificación. En estas reuniones se solventaban las dudas que iban surgiendo. La finalidad de dichas reuniones era lograr la concordancia de criterios entre los codificadores. El 15 de enero de 2013 se codificaron las últimas noticias de la muestra publicadas el mes anterior y se cerró con ello esta primera fase de la investigación.

Tras el análisis de contenido se procedió con la investigación cualitativa. Se realizaron dos entrevistas en profundidad que permiten complementar y enriquecer los resultados cuantitativos del análisis de contenido, procedimiento denominado *triangulación* (Bericat, 1998). Dado que se trataba de comprobar la segunda hipótesis en un caso concreto, CRANA, las entrevistas se realizaron a su máximo responsable, Javier Asin, director general de la entidad, y a la directora del área de comunicación, Susana Garayoa el 25 de abril de 2013.

PRIORIDAD DE LAS CUESTIONES RELACIONADAS CON EL MEDIO AMBIENTE EN LA PRENSA LOCAL

El archivo de CRANA recogía un total de 21.250 unidades periodísticas relacionadas con el medio ambiente publicadas en la prensa navarra durante nueve años. Esto supone una media de 6,5 unidades informativas por día entre los dos diarios.⁶ Aunque la cifra no es elevada respecto al número de noticias que puede publicar un diario, sí es suficientemente alta como para afirmar que las informaciones sobre medio ambiente reciben en esta prensa regional una atención destacada.

Para evaluar si esta atención prestada es prioritaria o no, como se ha mencionado anteriormente, se analizaron el género de la unidad periodística, el espacio, la página, la presencia de complementos gráficos, las firmas y las secciones en las que se publican estas informaciones.

En lo que respecta al género, la noticia es el más empleado a la hora de informar sobre estas cuestiones, 83,6%. Los periodistas también utilizan géneros que permiten una mayor amplitud y profundidad en la cobertura, aunque en porcentajes muy inferiores. Un 3,5% de las informaciones analizadas son reportajes, un 2,1% crónicas y un 1,5% entrevistas. Por último, es interesante destacar el uso de los géneros de opinión en este tipo de coberturas: columna, 3,3%; cartas al director, 4,7%; siendo muy escaso el número de editoriales que los dos rotativos dedican a estas cuestiones, 0,9%.

El espacio destinado a las UP analizadas puede ser calificado de medio-bajo, ya que el 18,1% de las informaciones analizadas fue breve (1-2 módulos) y el

49,4% de las informaciones publicadas ocupó menos de media página. Un 26,8% abarcaba más de media página; un 4,5%, página completa; y sólo un 1,2%, doble página.

La diferencia en el número de informaciones publicadas en página par (49,9%) e impar (47,2%) es escasa. Sin embargo, es relevante destacar que sólo un 1,8% de las informaciones ocuparon portada o contraportada, posiciones vinculadas a noticias de relevancia para el medio.

En lo que hace referencia a los elementos gráficos en las UP, un 56% de las piezas publicadas cuenta con fotografía, siendo un 1,1% las que también van acompañadas de un mapa. La interpretación de esos datos permite un análisis doble. Por un lado, la elevada presencia de elementos visuales en la mayoría de las informaciones incentiva la atracción de los lectores, lo que aumenta la posibilidad de que se adentren en el texto y da la impresión de otorgarles mayor relevancia. Sin embargo, al mismo tiempo, estos elementos disminuyen el espacio otorgado al contenido de las informaciones, el cual ya hemos visto que es de un nivel medio-bajo. Por tanto, no es claro que la inclusión de elementos gráficos sea muestra de relevancia para la noticia en este campo, cuando las informaciones están contando con un espacio limitado.

Analizando la firma, podemos ver que algo más de la mitad de las UP publicadas procede de los propios redactores de los diarios analizados. Un 21,1% se encabeza con la marca genérica del rotativo, lo que puede denotar poco interés por parte de sus autores, por el hecho de no incluir su nombre. Un 7,2% no lleva firma, pero lo más relevante es constatar el escaso uso que las ONG medio ambientalistas y los expertos en estas cuestiones realizan de los espacios disponibles en la prensa para difundir información. Sólo el 0,6% de la UP analizadas lleva la firma de estas entidades o de los profesionales que trabajan en ellas y sólo un 0,3% estaban firmadas por expertos en medio ambiente. Tal y como demuestran también otros estudios, no hay periodistas especializados que firmen continuamente este tipo de informaciones (Sorhuet, 2013).

El estudio constata también que ninguno de los diarios tiene secciones específicas en las que se aborden cuestiones relacionadas con el medio ambiente, realidad compartida con los diarios nacionales y con otros regionales editados en nuestro país como se afirmaba en epígrafes anteriores. Esta ausencia de sección puede calificarse como positiva ya que la complejidad y transversalidad de las cuestiones relacionadas con el medio ambiente, como se ha apuntado en estudios previos, requiere que las informaciones que se publican no sean tratadas únicamente en una sección, puesto que se produciría un reduccionismo en el enfoque y en los contenidos difundidos.

La inexistencia de secciones especializadas comporta, por tanto, la presencia de las UP en la mayoría de las secciones en las que se estructuran los dos diarios. Esto propicia una complementariedad de perspectivas en su tratamiento, al tiempo que aumenta la posibilidad de llegar a un conjunto más amplio de la sociedad que, además, puede intuir e incluso percibir la transversalidad inherente a estas informaciones. En este estudio, un 20,8% se difunde en la sección Pamplona; un 11,5%, en la sección de sociedad, y un 7,9%, en la sección de opinión. Porcentajes muy inferiores a los indicados se publican en las secciones

de política (1,6%); cultura (1,6%) o economía (3,6%). Sólo el 1,8% de las unidades informativas analizadas se imprimió en la portada o la contraportada. Sin embargo, en este punto debe destacarse que la mayor parte de UP se ubica en las secciones donde se recogen las noticias locales⁷ (46,4%). Este hecho permite apuntar hacia la existencia de una práctica periodística de “relocalización” propia de los medios locales, probada en estudios precedentes (Moser-Rothschild y Alonso, 2001).

Por todo lo expuesto hasta el momento, el estudio confirma la primera hipótesis planteada: este campo informativo no es prioritario para los dos diarios regionales y para los profesionales que trabajan en ellos. Los principales argumentos que avalan esta afirmación son: el reducido número de reportajes crónicas y entrevistas publicados durante nueve años; la dedicación de espacio medio, medio-bajo o bajo a la mayoría de las UP; la escasa presencia de estas cuestiones en la portada o contraportada de los diarios y el insignificante número de editoriales destinados a esta cuestión. Asimismo, se constata la ausencia de sección o firmas especializadas sobre medio ambiente.

Como conclusión complementaria, se destaca el hecho de que las cuestiones sobre medio ambiente publicadas en los diarios navarros experimentan un reenfoque local notorio ya que la mayoría de ellas son publicadas en secciones locales.

EL PAPEL DE LOS DEPARTAMENTOS DE COMUNICACIÓN

Una vez comprobado que el medio ambiente no ha sido un tema prioritario en los diarios regionales objeto de estudio, el siguiente paso nos lleva a analizar el origen de estas noticias. Tal y como se ha comentado en los objetivos, se trata de ver la influencia de los departamentos de comunicación implicados en estas cuestiones.

En este punto se analizará si las UP publicadas tenían su origen informativo en un comunicado o rueda de prensa; quién había liderado esas acciones comunicativas proactivas; quién protagonizaba la información y quiénes eran las fuentes informativas que los medios citaban. También se analizaron las variables mes y día de la semana en las que se publicaron las UP para evaluar si los datos confirmaban dinámicas propias de los departamentos de comunicación que respaldaran la hipótesis.

En cuanto al criterio seguido para identificar en qué entidad recaía el origen del comunicado o rueda de prensa que daba origen a la UP, merece la pena destacar que si bien muy pocas UP aludían directamente a ello, indirectamente el actor proactivo que estaba tras ellas era fácilmente identificable al analizar el contenido. Por lo que respecta a las fuentes informativas, el criterio de análisis seguido fue: primera y segunda mención de entidades que se citan (directa o indirectamente) o de los cargos que las presentan según la jerarquía de pirámide invertida.

Para identificar quién era el protagonista principal de la información se siguió un criterio cuantitativo de espacio otorgado, calificando como a tal a quien acumulaba una cantidad de texto publicado mayor.

Todos estos aspectos serán claves para intentar comprobar si, como afirma la segunda hipótesis, la labor desarrollada por los departamentos de comunicación de los organismos implicados en la gestión ambiental, en su regulación, en su defensa y en su estudio ha sido un factor relevante para introducir información sobre este ámbito en la agenda de los medios navarros.

ORIGEN, PROTAGONISTA Y FUENTES INFORMATIVAS DE LAS UP PUBLICADAS

Por lo que respecta al posible origen de la noticia, el análisis constata que en un 82,1% de los casos la información se publicó en los diarios regionales como respuesta al envío de un comunicado o convocatoria o tras la asistencia de los periodistas a una rueda de prensa. Sólo en un 12,1% de las UP analizadas es posible deducir que la información publicada surge de la iniciativa particular-individual de los diarios. Estos datos confirmarían de nuevo la primera hipótesis planteada en cuanto al escaso interés que despiertan las cuestiones medioambientales en la prensa regional navarra y en sus profesionales. Respecto a la segunda hipótesis, queda patente el importante papel que desempeñan los gabinetes de comunicación de los actores implicados —afectados por temáticas relacionadas con el medio ambiente—.

La investigación también confirma la gran diversidad de entidades que generan comunicados, convocatorias o ruedas de prensa sobre cuestiones relacionadas con el medio ambiente que son recogidas en las páginas de los diarios analizados. Desde organismos europeos hasta tribunales, pasando por empresas, fundaciones, etc.⁸

En un estudio comparativo entre la entidad que ha remitido el comunicado de prensa, quién es el protagonista principal de esa información difundida por los medios y quién es la fuente del texto publicado, podemos constatar la existencia de relación entre ellos (tabla 2). Si realizamos un análisis de correlaciones de Pearson para estas columnas de datos, obtenemos valores significativos a un nivel de significación de 0,01 bilateral para los cruces de las tres primeras, destacando especialmente la relación entre protagonista y fuente principal. Respecto a la fuente secundaria, las relaciones no son significativas estadísticamente.

La investigación confirma que Gobierno de Navarra es la entidad proactiva sobre cuestiones medioambientales, cuyas informaciones logran un impacto cuantitativo más elevado en los medios impresos de la Comunidad Foral. En un 20,3% de las piezas analizadas se detecta que la información proviene de un comunicado de prensa o rueda de prensa emitido por esta entidad; en un 19,9% es el actor prioritario en la información; y en un 20% es la fuente principal, siendo además la fuente secundaria en el 10,6% de los textos analizados, porcentaje elevado teniendo en cuenta que en un 46,1% de la muestra analizada únicamente se cita una fuente. La prioridad que los periodistas otorgan a las fuentes gubernamentales no es específica de la prensa local, sino que es una tendencia también constatada en estudios que han analizado este tipo de coberturas en el ámbito nacional e internacional (Ramírez, 1996; Boykoff y Boykoff, 2007; Reuvelta, 2008; León y De Lara, 2013).

Tabla 2. Porcentaje de UP por remitente, protagonista y fuentes informativas

	Remitente del comunicado	Protagonista principal	Fuente principal	Fuente secundaria
Gobierno de Navarra	20,3%	19,9%	20,0%	10,6%
No proviene de comunicado- convocatoria	17,9%	-----	-----	-----
Otros ayuntamientos	13,1%	13,5%	13,7%	6,0%
Empresa especializada en medio ambiente	5,6%	7,4%	6,7%	3,7%
Ayuntamiento de Pamplona	4,6%	4,3%	4,2%	1,6%
Plataforma/ciudadanía estructurada	4,2%	6,1%	5,6%	2,9%
Mancomunidad comarca de Pamplona	4,1%	4,2%	4,3%	0,8%
ONG medioambiental	3,9%	4,2%	4,1%	1,3%
Entidades gubernamentales nacionales	3,9%	5,4%	4,9%	5,1%
Empresa	3,2%	4,6%	3,9%	3,6%
Partidos políticos	2,8%	3,8%	3,8%	2,4%
Otras mancomunidades	2,6%	2,8%	2,6%	1,1%
Universidades y centros de investigación	2,5%	4,0%	3,8%	1,1%
Fundaciones/asociaciones no medioambientales	2,5%	3,3%	3,2%	1,5%
Otros	2,1%	2,8%	2,8%	2,0%
Sociedad navarra en su conjunto	1,7%	5,3%	4,8%	3,1%
CRANA	1,5%	1,4%	1,6%	0,6%
Sindicatos	1,5%	1,8%	2,7%	0,1%
Organismos europeos	0,8%	1,5%	1,1%	1,1%
Parlamento de Navarra	0,5%	0,3%	0,3%	0,1%
Tribunales	0,4%	0,4%	0,6%	0,4%
Museo de educación ambiental	0,2%	0,4%	0,3%	0,1%
Defensor del pueblo	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
No hay fuente secundaria	-----	-----	-----	46,1%
No hay fuentes mencionadas	-----	-----	4,8%	
No hay actor principal	-----	2,8%	-----	-----

Fuente: elaboración propia.

Los ayuntamientos navarros⁹ son el segundo agente medioambiental cuya proactividad en la difusión de informaciones sobre medio ambiente más presencia obtiene en la prensa local. En un 13,1% de las piezas analizadas se detecta que fueron ellos quienes remitieron la información publicada, convirtiéndose además en un 13,5% de los textos en el actor principal de la UP y en un 13,7% de los casos en fuente principal citada.

A estas entidades locales cabe sumar el Ayuntamiento de Pamplona, que ocupa el cuarto puesto en el ranking de las tres variables, aunque en este caso con una relación menos clara entre las tres (remitente, protagonista y fuente). Si bien el Ayuntamiento de Pamplona es la cuarta entidad más proactiva según las UP analizadas (4,6%), son las plataformas-ciudadanía organizada navarra quienes ocupan el cuarto puesto en el ranking de protagonismo en un 6,1% de los textos, siendo también la cuarta fuente más citada por los periodistas, concretamente en un 5,6% de las UP analizadas.

Las empresas, cuya actividad prioritaria versa sobre el medio ambiente, ocupan el tercer puesto en las tres variables analizadas en la tabla anterior. Sus comunicados o ruedas de prensa generaron el 5,6% de los textos publicados por los medios; acaparan el protagonismo en un 7,4% de las informaciones y son la primera fuente empleada por el periodista en un 6,6%.

Prestando especial atención a los tres primeros puestos del ranking y los resultados del análisis de correlaciones, podemos afirmar que existe una relación clara entre quién envía el comunicado, quién es el protagonista principal de la información y quién es la primera fuente consultada en las UP. Esto nos confirma la influencia de los departamentos de comunicación de estas entidades, capaces de introducirse en la agenda mediática a través de herramientas proactivas de información.

Al contrario de lo que se planteaba en la segunda parte de la hipótesis 2, CRANA obtiene una presencia menor de lo esperado en todas las variables analizadas para calibrar la influencia de los departamentos. Es identificada como promotor en un 1,5% de las UP, como protagonista en 1,4% y como fuente principal en un 1,6%. Sin embargo, si estos datos fueran puestos en relación con la estructura de comunicación, el número de trabajadores y el presupuesto adjudicado que tienen las entidades que ocupan los primeros puestos del ranking frente al tamaño de CRANA, sería posible concluir la positiva presencia de esta entidad en la prensa navarra.

Gracias a la entrevista en profundidad realizada a Susana Garayoa, única persona dedicada a comunicación en CRANA, sabemos además que los elevados porcentajes que obtienen los ayuntamientos y las empresas en todas las variables analizadas en este epígrafe son “datos muy positivos ya que, junto con Gobierno de Navarra son los dos grupos de interés con los que más hemos trabajado desde CRANA la introducción de aspectos de gestión ambiental”.

Las entrevistas en profundidad realizadas a los dos directivos de esta entidad aportaron, además, información sobre otros factores no deducibles del análisis de contenido que permiten comprender mejor los porcentajes de presencia-influencia obtenidos por CRANA.

En primer lugar, podemos afirmar que CRANA ha sido un organismo proactivo, remitiendo en nueve años un total de 417 notas de prensa o ruedas de prensa, información obtenida en las entrevistas y comprobada posteriormente en sus archivos.

Además, hasta 2007, CRANA no remite a los medios ninguna de las informaciones que genera. Sus notas de prensa son enviadas a Gobierno de Navarra, quien las difunde con su firma a los medios de comunicación. Esto ha podido contribuir de forma significativa a lograr que Gobierno de Navarra sea el primer agente en remitir información sobre estas cuestiones y en aparecer como protagonista y fuente principal en las mismas.

A pesar de que a partir de 2007 CRANA tiene autorización de informar directamente a los medios, la pauta marcada hasta entonces permanece en la mayoría de sus envíos, según el testimonio de los dos directivos, siendo remitidas desde CRANA únicamente aquellas informaciones que no aluden a proyectos financiados o cofinanciados por el Gobierno.

También es relevante evidenciar que en las 417 notas y ruedas de prensa generadas por CRANA esta entidad siempre es presentada como “fundación vinculada o adscrita al Gobierno”, lo cual, unido a la prioridad que los periodistas otorgan a las fuentes gubernamentales, ha podido “invisibilizar” a CRANA y favorecer la presencia en las UP de Gobierno de Navarra.

Por tanto, queda probada la importancia que han desempeñado los departamentos de comunicación al promover mediante notas de prensa, convocatorias y ruedas de prensa información sobre cuestiones relacionadas con el medio ambiente. Esta información es recogida por los medios otorgando protagonismo y rol de fuente principal a las entidades que remiten esta información a los periodistas.

Sin embargo, el papel de CRANA no se ha visto reflejado en los diarios regionales, tal y como se planteaba en la hipótesis. Su proactividad mediada por Gobierno de Navarra contribuye a “invisibilizarla”. A pesar de ello, queda probado, por los testimonios de las entrevistas y por los datos obtenidos, que las acciones desarrolladas con sus principales grupos de interés (Gobierno de Navarra, Ayuntamientos y Empresas) pueden ser uno de los factores que ha contribuido a incrementar la proactividad informativa de estas entidades en temática medioambiental.

CUÁNDO SE PUBLICAN LAS UP Y SU SINTONÍA CON LAS DINÁMICAS DE LOS DEPARTAMENTOS DE COMUNICACIÓN

Para completar el estudio del papel de los departamentos de comunicación, se consideró necesario analizar también las dinámicas propias de los departamentos de comunicación en lo que a sus tiempos hace referencia. Concretamente se estudiaron las variaciones de concentración informativa sobre estas cuestiones según mes y día de la semana.

Tabla 3. Porcentaje de UP por meses

Mes	Porcentaje
Enero	8,1%
Febrero	8,3%
Marzo	8,2%
Abril	9,8%
Mayo	9,2%
Junio	9,5%
Julio	4,7%
Agosto	5,9%
Septiembre	8,5%
Octubre	9,5%
Noviembre	11%
Diciembre	7,3%
Total	100%

Fuente: elaboración propia.

Con respecto al mes de publicación, el porcentaje de informaciones difundidas en la mayoría de los meses oscila entre el 8%-9%. Julio, con un 4,7%, y agosto, con un 5,9%, son los meses que rompen esta tendencia y se convierten, junto con diciembre (7,3%), en los de menor cobertura sobre el ámbito analizado.

El descenso de informaciones durante estos tres meses es otra evidencia más que confirma el importante papel que desempeñan los departamentos de comunicación del Gobierno de Navarra, ayuntamientos, empresas, etc. en la cobertura que los medios realizan sobre estas cuestiones. Esta caída puede deberse a los diversos factores que confluyen en la época estival: cesa la actividad política y legislativa al respecto; Fiestas de San Fermín, que antes, durante y después concentran el interés mediático, entre otros. La entrevista con Susana Garayoa evidencia que entidades como CRANA, que incluyen en su misión la función de sensibilización y divulgación sobre esta temática, optan por reducir su actividad orientada al público en general, puesto que en esta época del año la escasa asistencia de público no las hace eficaces.

Esta hipótesis también se refrenda al comprobar el descenso informativo que experimentan los temas medioambientales los lunes (9,1%), los sábados (11,2%) y los domingos (10,3%), mientras que los porcentajes de martes a viernes oscilan entre 14,9% y el 19,6%.

Puede concluirse, por tanto, que el porcentaje de UP publicadas los lunes y los fines de semana puede ser consecuencia de la escasa o nula proactividad informativa durante los fines de semana por parte de las entidades que difunden infor-

mación en este ámbito. Sumando esto al escaso número de noticias en meses con gran número de festivos, se corrobora el papel dinamizador de los departamentos en cuanto al volumen de noticias publicadas sobre medio ambiente en la prensa navarra.

CONCLUSIONES

La prensa editada en Navarra ha recogido desde 2004 hasta 2012 un nutrido número de noticias sobre medio ambiente. La transversalidad propia de este ámbito, con temáticas dispares amparadas bajo un concepto paraguas, puede explicar esta repercusión. Dicha transversalidad explica también la presencia de las noticias sobre medio ambiente en secciones muy diversas, sin existir una propia.

Pero la información medioambiental no ocupa posiciones relevantes en los diarios del estudio. Los principales argumentos que avalan esta afirmación son: el reducido número de editoriales, reportajes y entrevistas publicados durante nueve años; la dedicación de espacio medio, medio-bajo o bajo a la mayoría de las unidades periodísticas; la escasa presencia de estas cuestiones en la portada o contraportada de los diarios; y la ausencia de profesionales especializados en esta materia que firmen las informaciones. Por tanto, a pesar de la importante labor que juegan los medios como informadores, sensibilizadores y formadores sobre cuestiones medioambientales, el tratamiento que reciben estos temas por parte de los periodistas refleja que son poco relevantes para ellos.

Por otra parte, en este trabajo ha quedado probado que las cuestiones sobre medio ambiente publicadas en los diarios navarros experimentan un reenfoque local notorio, ya que la mayoría de ellas son publicadas en las secciones locales. Se trata de un resultado que puede requerir mayor atención en el futuro, de modo que sea posible dilucidar si se trata de un enfoque propuesto por los propios periodistas o viene promovido por los remitentes de las informaciones.

Respecto al papel desempeñado por los departamentos de comunicación de los organismos implicados en la gestión ambiental, queda demostrada su importancia a la hora de promover mediante notas de prensa, convocatorias y ruedas de prensa, la publicación de información sobre cuestiones relacionadas con el medio ambiente. Los medios recogen tales informaciones y otorgan protagonismo y rol de fuente principal a las entidades que remiten esta información a los periodistas.

La relevancia de estos departamentos también queda probada por la temporalidad de las unidades periodísticas, que presenta relación directa con las dinámicas de envío de información propias de estos departamentos.

En cuanto al papel jugado por CRANA, organismo de relevancia regional, el estudio de las noticias publicadas por *Diario de Navarra* y *Diario de Noticias* muestra una escasa presencia del mismo como remitente, protagonista o fuente de las informaciones. Aunque estos resultados contradicen las conclusiones anteriores, las entrevistas en profundidad realizadas han permitido constatar que, a pesar de que su presencia directa no es elevada, ha sido un organismo proactivo que, con

sus actividades, ha logrado que las principales entidades con las que trabaja (Gobierno de Navarra, ayuntamientos y empresas) hayan promovido, protagonizado e informado como fuentes en la mayoría de las noticias publicadas sobre medio ambiente en la prensa navarra.

Hildegart González es doctora en Comunicación por la Universidad de Navarra y docente en esta universidad, así como en Esic Business and Marketing School y en Foro Europeo, donde imparte, entre otras, las materias de Comunicación Corporativa, Dirección de Comunicación, Comunicación para el Desarrollo y Sociología. Actualmente compagina la docen-

cia con la dirección de la Asociación Navarra de Empresas de Comunicación y Publicidad y ha estado vinculada profesionalmente a la gestión de la comunicación de diversas entidades. Ha publicado diversos trabajos relacionados con la gestión de los departamentos de comunicación de las entidades no lucrativas y la presencia de estas instituciones en los medios informativos.

Idoia Portilla es doctora en Ciencias Económicas por la Universidad de Navarra y profesora del área de Investigación de Mercados y Audiencias en la Facultad de Comunicación de dicha universidad. Imparte docencia en los grados de Periodismo y Publicidad y RR PP, en

el Máster de Investigación en Comunicación (MIC) y en el Máster Ejecutivo en Gestión de Empresas de Comunicación (MEGEC). Ha publicado diversos trabajos relacionados con la medición de audiencias, estadística y metodología de la investigación de mercados.

Notas

¹ Esta investigación ha sido promovida por el Centro de Recursos Ambientales de Navarra (CRANA).

² This research has been promoted by the Centro de Recursos Ambientales de Navarra (CRANA).

³ En el caso concreto de España, Varillas (2007) realiza un repaso por los principales hitos que han marcado y caracterizado el tratamiento de la información ambiental.

⁴ <<http://crana.org/es/sala-prensa/noticias/>>.

⁵ Las codificadoras fueron alumnas y exalumnas de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra que de forma voluntaria quisieron participar en esta investigación.

⁶ Esta cifra se calcula dividiendo las 21.250 noticias entre los 3.288 días correspondientes a los años 2004 a 2012.

⁷ Bajo este epígrafe se unificaron las secciones "Vecinos", "Local", "Pamplona y su cuenca" y "Comarca" existentes en los diarios analizados.

⁸ En la investigación se detectan hasta veintiuna tipologías de entidades que han sido proactivas con los medios en la difusión de información relacionada con temáticas medioambientales que luego han sido recogidas en la prensa regional.

⁹ El Ayuntamiento de Pamplona no está incluido en esta categoría.

Bibliografía

- Almansa, A. (2005). "Relaciones públicas y gabinetes de comunicación". *Anàlisi*, núm. 32, p. 117-132.
- . (2011). *Del gabinete de prensa al gabinete de comunicación: la dirección de comunicación en la actualidad*. Zamora: Comunicación social.
- Armentia, J.I. (1999). "Información medioambiental en la prensa diaria". *Inguaruak: Revista vasca de sociología y ciencia política*, núm. 24, p. 135-142.
- Bardin, L. (1986). *Análisis de contenido*. Madrid: Akal.
- Bericat, E. (1998). *La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social. Significado y medida*. Barcelona: Ariel.
- Boykoff, T.; Boykoff, J.M. (2007). "Climate Change and Journalistic Norms: A Case-Study of US Mass-Media Coverage". *Geoforum*, 38(6), p. 1190-1204.
- Canel, M.J. (2007). *Comunicación de las instituciones públicas*. Madrid: Tecnos.
- Cea D'Anco, M.A. (1998). *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Síntesis.
- Cebrián Herreros, M. (2008). "La Web 2.0 como red social de comunicación e información". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 14, p. 345-361.
- CIS (2012). *Barómetro del Centro de Investigaciones Sociológicas de septiembre de 2012* (Estudio núm. 2954).
- Crana, (2010). *Una nueva cultura hacia la sostenibilidad. Plan estratégico 2010-2013. Documento de síntesis*. Disponible en: <http://www.crana.org/themed/crana/files/docs/068/167/planestrategico_2010_2013.pdf>. Consultado el 7 de septiembre de 2012.
- Díaz Nosty, B. (2009). "Cambio climático, consenso científico y construcción mediática. Los paradigmas de la comunicación para la sostenibilidad". *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 64, p. 99-119.
- Elías, C. (2003). "Los suplementos especializados como guetos de noticias en la prensa generalista: el caso de los científicos y sanitarios". *Ámbitos*, núm. 9-10, 2º semestre, p. 171-186.
- FECYT - Fundación Española de Ciencia y Tecnología (2012). *VI Encuesta de Percepción Social de la Ciencia*. Madrid: Ministerio de Economía y Competitividad.
- Fernández, J. (1995). *Periodismo ambiental en España*. Madrid: Ministerio Transportes y Medio Ambiente.
- Fernández, R. (2010). "La sostenibilidad: una nueva etapa en el periodismo ambiental y en el periodismo en general". *Delos*. Vol. 3, núm. 8.
- Fernández, S. (2006). "La información ambiental en los medios de comunicación. Dificultades y retos". *Telos, Cuadernos de Comunicación e Innovación*, núm. 68, junio/julio.
- Fernández, R. (dir.); Mancinas, R. (coord.) (2013). *Medios de comunicación y cambio climático*. Sevilla: Fenix Editora.
- Freimuth, V. [et al.]. (1984). "Covering Cancer: Newspapers and the Public Interest". *Journal of Communication*. núm. 34, p. 62-73.
- García Orosa, B. (2005). *Los altavoces de la actualidad: radiografía de los gabinetes de comunicación*. La Coruña: Netbiblo.
- González, L. (2010). "Este asunto no es nuestro. El cambio climático en la prensa escrita de referencia en Argentina". *Kairos, Revista de temas sociales*, núm. 26, noviembre. Disponible en: <<http://www.revistakairos.org/k26-archivos/Cambio.pdf>>. Consultado el 7 de septiembre de 2012.
- González, H. (2006). *Estrategias de comunicación en las ONG de desarrollo. Departamentos, funciones e impacto en los medios*. Madrid: Cideal.
- Gutiérrez, E.; La Porte, M.T. (eds.) (2013). *Tendencias emergentes en la comunicación institucional*. Barcelona: UOC.
- Gotopo, G. (2013). "El periodismo ambiental en el trabajo de los periodistas de los

- diarios impresos. Retos ante el cambio climático". En: Fernández, R. (dir.); Mancinas, R. (coord.). *Medios de comunicación y cambio climático*. Sevilla: Fenix Editora, p. 189-215.
- Jiménez, D. (1996). "El estado del medio ambiente en Europa y en la UE. La Agencia Europea de M. Ambiente". *APIA: Primer Congreso de Periodismo Ambiental*, Madrid.
- León, B. (2007). "El medio ambiente en las televisiones españolas. Un análisis de los informativos nacionales". En: Caraballo, A.; Gómez, M.; Daza, I. *Cultura verde: ecología, cultura y comunicación*. Sevilla: Consejería de Medio Ambiente de la junta de Andalucía, p. 361-373.
- León, B.; De Lara, A. (2013). "Ciencia y cambio climático. Estudio de la cobertura del cambio climático en la prensa española". En: Fernández, R. (dir.); Mancinas, R. (coord.). *Medios de comunicación y cambio climático*. Sevilla: Fenix Editora, p. 16-187.
- Logan, R. (1995). "En busca de una teoría: público, medio ambiente y medios de comunicación". *Communication & Society; Comunicación & Sociedad*. V, VIII, núm. 2, p. 79-110.
- McCombs M.E.; Shaw, D.L. (1972). "The Agenda-Setting Function of Mass Media". *Public Opinion Quarterly*. Vol. 36, núm. 2, p. 176-187.
- Meira, P.A. (2013). "Representaciones sociales del cambio climático en la sociedad española: una lectura para comunicadores". En: Fernández, R. (dir.); Mancinas, R. (coord.) *Medios de comunicación y cambio climático*. Sevilla: Fenix Editora, p. 59-90.
- Mercado, M.A. (2013). "El análisis del tratamiento informático del cambio climático". En: Fernández, R. (dir.); Mancinas, R. (coord.). *Medios de comunicación y cambio climático*. Sevilla: Fenix Editora, p. 123-134.
- Moreno, P. (2001). "Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional". *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 43.
- Moser-Rothschild, M.; Alonso, C. (2001). *Prensa escrita y medio ambiente: interrelaciones en la Comunidad de Madrid*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Nelkin, D. (1987). *Selling Science: How the Press Covers Science and Technology*. Nueva York: W.H. Freeman.
- Quiñónez, H. (2012). "Periodismo ambiental: un análisis a los medios digitales venezolanos Noticias 24 y Reporte 360". *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación "Disertaciones"*. 5 (1).
- Ramentol, S. (2008). "La comunicación de la ciencia: una asignatura encara pendent". *Trípodos*, núm. 22, p. 9-22.
- Ramírez, T. (1995). *Gabinetes de comunicación*. Barcelona: Bosch Casa Editorial.
- . (1996). "Gabinetes de comunicación: de la seducción por la imagen a la obsesión por 'aparecer'. El periodismo de rutina hace más fuertes a las fuentes oficiales y más débiles a las no oficiales". *ZER Revista de Estudios de Comunicación*, núm. 1, p. 109-120.
- Revuelta, G. (2008). "El periodismo científico con a sinèdoque: la part pel tot". *Trípodos*, núm. 22, p. 79-86.
- Semir De, V. (2008). "Tibar la corda més del compte. Les notícies científiques s'han generalitzat, però el missatge s'ha trivialitzat". *Trípodos*, núm. 22, p. 29-39.
- Shepard, G.R. (1991). "Selectivity of Sources: Reporting the Marijuana Controversy". *Journal of Communication*. núm. 31, p. 129-137.
- Sorhuet, H. (2013). "Periodismo ambiental, una de las claves para afrontar el cambio climático". En: Fernández, R. (dir.); Mancinas, R. (coord.). *Medios de comunicación y cambio climático*. Sevilla: Fénix Editora, p. 135-145.
- Trotti R.; González, S. (coord.) (2010). *Periodismo ambiental. Riesgos y oportunidades en la cobertura informativa*. Sociedad Interamericana de Prensa, Smashwords Editions.
- Varillas, B. (2007). "Historia de la información ambiental en España". Ponencia en el curso Comunicación y medio ambiente: el poder creciente de la información medioambiental del Aula de Verano 2007 (Programa

de Formación Ambiental del Organismo Autónomo Parques Nacionales - Ministerio de Medio Ambiente). CENEAM. Valsain, Segovia, 9-13 de julio.

Wimmer, R.; Dominick, J. (1996). *La investigación científica en los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.

