

Este asunto no es nuestro
El cambio climático en la prensa escrita de referencia en Argentina

Luis González Alcaraz *

Resumen

El artículo analiza la presencia del tema cambio climático en la agenda de la prensa escrita de referencia en Argentina: *Clarín* y *La Nación* durante el periodo 2008. Se trata de un análisis de contenido de noticias, entrevistas, reportajes y columnas de opinión aparecidas en ambos diarios durante el lapso de muestreo. Los resultados que se presentan forman parte del objetivo general de identificar la frecuencia de aparición, los géneros informativos, las fuentes periodísticas, la proximidad de la información y su ubicación por secciones, así como los enfoques y temáticas más recurrentes que los diarios bajo estudio presentaron sobre cambio climático a sus lectores.

Los datos obtenidos arrojan que el tema sí aparece en la agenda, aunque lo hace como un tópico de bajo perfil y se presente más bien como un problema de carácter internacional. Además, la información se inclina hacia el aspecto de los efectos que el fenómeno podría ocasionar, pero en muy pocas veces se le relaciona con la realidad argentina.¹

Palabras clave: Argentina, cambio climático, prensa escrita, *agenda setting*

Summary

The article analyzes the presence of the climate change issue on the agenda of the reference newspapers in Argentina: *Clarín* and *La Nación* during 2008. It is a content analysis of news, interviews, articles and opinion columns appeared in both newspapers during the sampling period. The results presented are part of the overall objective of identifying the frequency, information genres, journalistic sources, the proximity of the information and its location by section, and the most frequent approaches and topics that the newspapers under study presented about climate change to their readers.

The data, show that the item does appear on the agenda, though it works as a topic of low profile and is presented more as an international problem. Furthermore, the information leans towards the aspect of the effects that the phenomenon could cause, but rarely is related to the reality of Argentina.

Keywords: Argentina, climate change, newspapers, *agenda setting*

*Becario Tipo I del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).

Contacto: lu_isgonzalez@hotmail.com

¹ Este artículo expone parte de la tesina para obtener el título de Máster en Estudios Latinoamericanos por el Instituto de Iberoamérica, Universidad de Salamanca, España, presentada y aprobada en julio de 2009.

Introducción

“Con el calentamiento climático, la mayor parte de la superficie del globo se transformar  en desierto (...) Los sobrevivientes se agruparán alrededor del  rtico. Pero no habrá lugar para todos, entonces habrá guerras, multitudes enfurecidas (...) No es la Tierra la que est  amenazada, sino la civilización”.
James Lovelock (2007)²

La presencia de los temas relacionados con el medio ambiente en los contenidos de los medios de comunicación masiva, según han subrayado diversos investigadores, puede coadyuvar al desarrollo de una cultura que favorezca actitudes positivas para actuar ante los problemas ambientales que aquejan al planeta, entre ellos el cambio climático (Carabaza y Lozano, et al, 2007; Alcoceba, 2004). El Panel Intergubernamental de Expertos sobre Cambio Climático (IPCC) ha señalado que los objetivos de la educación y la divulgación de información sobre problemas ambientales, y en particular sobre cambio climático, deberían ser que la gente obtenga los conocimientos necesarios para que sea capaz de afrontar los problemas asociados a éste y que así pueda tomar decisiones responsables ( a ez, 2003). Por lo que se considera que los medios de comunicación, que participan en la representación social de la realidad, son una herramienta útil para contribuir a lograr tales objetivos³.

Por un lado, los medios cumplen con la función de informar, a la vez que poseen la cualidad de educar de manera informal a su público respecto de los t picos que tratan, en este caso de los problemas ambientales y sus consecuencias; y por otro lado, como postulan diversas teorías de la comunicación masiva –entre ellas la *agenda setting*–, son un gran mecanismo de influencia en las esferas políticas e instituciones encargadas del diseño y ejecución de políticas públicas, así como entre diversos actores sociales⁴ (Alcoceba, 2004; PNUD, 2004; Duarte, 2006).

De acuerdo al enfoque teórico de la *agenda setting*⁵, los medios informativos tienen la capacidad de colocar en la mente del público aquellos temas o problemas a los que se les debe

² En Hervé Kempf (2007:17). *Cómo los ricos destruyen el planeta*. Lovelock es autor de una de las teorías más revolucionarias sobre el planeta.: *La teoría Gaia*, misma que sostiene que la Tierra se comporta como un organismo vivo autorregulado. Tamb n ha sido uno de los pocos científicos que se ha arriesgado a señalar más abiertamente los efectos adversos y consecuencias del cambio climático.

³ Al respecto, cabe recordar el uso de medios de comunicación masiva iniciado durante la segunda mitad del siglo XX para potenciar el desarrollo, dentro de la corriente de la *comunicación para el desarrollo*, entendida ésta como una práctica comunicativa intencionada a favor del desarrollo que supone la ocurrencia de determinados resultados positivos; para el caso correspondería al uso estratégico de los medios de comunicación para difundir información y conocimiento sobre el cambio climático a fin de generar una opinión pública que favorezca la ejecución de políticas de mitigación y adaptación a los efectos climáticos y meteorológicos.

⁴ Es preciso agregar que los medios informativos son también un instrumento importante para la difusión de publicidad, que generalmente promueve un estilo de vida consumista que se contraponen con la visión de llevar una forma de vida más apegada al desarrollo sustentable. El aumento del consumo ha sido uno de los motores que generaron el cambio climático, por lo que directa o indirectamente, los medios de comunicación como instrumentos propagandísticos han tenido un impacto en la construcción de los patrones de vida al que aspiran sus audiencias (Duarte, et al 2006).

⁵ Maxwell McCombs y Donald Shaw publicaron en 1972 los resultados de una investigación realizada durante las elecciones presidenciales de Estados Unidos en el año de 1968, en la comunidad de Chapell Hill, Carolina del Norte. El estudio revelaba la existencia de una fuerte correlación entre los temas electorales que los medios enfatizaban respecto de las campañas, y los temas que un grupo de votantes indecisos señalaban también como los más destacables de la agenda electoral en base a la información publicada por los medios. La investigación

brindar mayor atención (McCombs, 1996). Además, diversas investigaciones realizadas en las últimas décadas bajo la perspectiva del *framing* o *encuadre*, arrojaron que los medios informativos no sólo ponderan los temas a los que socialmente se les brinda mayor atención, sino que, en palabras de Sádaba (2007), los medios tienen la capacidad de resaltar o esconder ciertos atributos acerca de ellos, con el subsiguiente impacto en la agenda del público⁶.

Así, diversos autores coinciden también en que los medios de comunicación son una de las principales herramientas para informar a las personas acerca de cambio climático y de generar opinión pública en torno a él, lo que favorecería las acciones civiles y gubernamentales para mitigarlo y adaptarse a sus efectos (Ñáñez, 2003; Shanahan, 2007; PNUD, 2007). Incluso, el reporte del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) dedicado al cambio climático, señala que los medios de comunicación ocupan un lugar decisivo en cuanto a informar sobre este fenómeno, generar opiniones sobre el mismo y contribuir a crear percepciones en torno a la problemática. “Aparte de actuar como fiscalizadores de las actividades del gobierno y de convocar a las autoridades encargadas de formular políticas a que rindan cuentas”, subraya el informe, “los medios son la principal fuente de información del público en general sobre la ciencia del cambio climático” (PNUD, 2007: 68).

En ese contexto, el presente trabajo explora la agenda sobre cambio climático de los periódicos *Clarín* y *La Nación* con el objetivo de tener indicadores que permitan conocer las características de su tratamiento informativo. Específicamente, se buscó obtener datos acerca de la periodicidad del tema cambio climático en la agenda de los dos diarios con mayor circulación nacional en la Argentina; indagar sobre la relevancia de dicha temática en cuanto a ocupar titulares y páginas principales; observar cuál es la proximidad del tema a la realidad argentina que ofrecen ambos diarios; identificar quiénes son los actores y fuentes de información que son incluidos en la agenda; así como sistematizar las temáticas más recurrentes con las que se asocia al cambio climático y el ángulo noticioso con el que son presentadas.

Un recorrido panorámico del cambio climático en la prensa

Los temas ambientales han aparecido en la agenda de la prensa mundial de acuerdo a la ocurrencia de sucesos de tipo extraordinario (Shanahan, Andersen y Suhonen, 1993); ya sea de orden natural -como tormentas, huracanes, erupciones volcánicas, etcétera-; por hechos relacionados

postulaba que los medios masivos de comunicación tienen la posibilidad de colocar en la mente del público aquellos temas a los que se les da mayor relevancia o *salience* en sus contenidos. Esta capacidad de los medios para direccionar la opinión pública fue bautizada por McCombs y Shaw como *agenda setting function*

⁶ Para profundizar en el tema *agenda setting* consultar:

DEARING, J. W. y ROGERS, E. M. (1996). *Agenda-Setting*. Thousand Oaks, California: SAGE

LÓPEZ-ESCOBAR, E. y LLAMAS, J. P (1996). “*Agenda-setting: investigaciones sobre el primer y segundo nivel*”, Comunicación y sociedad, Volumen IX, nº 1 y 2, p. 9 - 15. España.

McCOMBS, M. (1996). *Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo*. En Jennings, Bryant y Zillmann, Dolf. Los efectos de los medios de comunicación, investigaciones y teorías. Paidós, Barcelona, España. pp. 13-34.

a catástrofes humanas –el caso Chernobyl o derrames petroleros-, o bien por sucesos de tipo político –el “discurso verde” de Margaret Thatcher en 1988, por ejemplo-. Lo que implica que durante lapsos de relativa calma las temáticas ambientales ocupen un bajo perfil en los contenidos informativos.

En el caso del cambio climático dicha característica no ha sido la excepción. Durante la década de 1990, la aparición del primer informe del IPCC, la Cumbre de la Tierra de 1992 en Brasil, y la firma del Protocolo de Kyoto en 1997, fueron hechos detonantes que provocaron la aparición de noticias ambientales en los medios masivos de comunicación, y en particular, un tratamiento más frecuente del tema cambio climático (Boykoff y Roberts, 2007). Aunque ya desde la década de 1960 existía evidencia científica del fenómeno.

Sin embargo, el tema empezó a tener mayor visibilidad mediática y discusión pública hace apenas unos años, a partir de la exhibición del documental *An inconvenient truth* (Una verdad incómoda), del ex vicepresidente de Estados Unidos, Albert “Al” Gore, en 2006, en el que expone los efectos del cambio climático. Aunado a ello, la publicación del *Informe Stern* ese mismo año, sobre los efectos que el cambio climático tendrá sobre la economía, la salud pública y la política internacional, fueron sucesos que detonaron la presencia de los temas relacionados al clima en las agendas de los medios de información a nivel internacional (Boykoff y Roberts, 2007; Shanahan, 2007; Díaz Nosty, 2009).

Además, una serie de eventos realizados durante el 2007 fueron determinantes para que la prensa incluyera como nunca antes al tema cambio climático en su agenda: Entre ellos el Foro Económico Mundial, donde se discutió sobre las amenazas del cambio climático; la Reunión del G-8, donde el tema fue relevante; la publicación del informe sobre la mitigación del cambio climático emitido por el IPCC; la organización del concierto *Live Earth*; y la entrega del Premio Nóbel de la Paz para *Al Gore* y el IPCC, (González Cruz, 2008; Boykoff y Roberts, 2007).

Sin embargo, a pesar del contexto de los eventos de importancia internacional antes señalados, las investigaciones sobre la cobertura informativa de la prensa respecto al cambio climático –la mayoría de ellas realizadas en Estados Unidos y Europa-, arrojan que el tema ocupa menos espacios en la agenda noticiosa que otros asuntos señalados como poco prioritarios por su escasa relevancia para la humanidad. Y aunque se reconoce que el tema ha ganado más cabida en los contenidos informativos, la tendencia a presentar en la agenda los aspectos negativos o catastróficos que el fenómeno provocará, prima sobre temáticas relacionadas a la mitigación y adaptación a los efectos climáticos adversos (Díaz Nosty, 2009; Shanahan 2007; Painter 2007)⁷.

En Latinoamérica, en general, y en Argentina en particular, la producción académica al respecto es todavía escasa. Una de las pocas investigaciones sobre la presencia del cambio climático en la agenda de la prensa escrita de mayor influencia en América Latina fue realizada bajo el auspicio

⁷ Painter (2007) encontr  que la cobertura de los principales noticieros de televisión en Brasil, China, India, México, Rusia y Sudáfrica, durante abril y mayo del 2007, cuando se dieron a conocer los reportes del IPCC, resaltaron mayoritariamente los aspectos negativos, mientras que los datos sobre los esfuerzos para reducir las emisiones de efecto invernadero pasaron a un segundo plano.

de la Fundación Konrad Adenauer (2008). El análisis incluyó un estudio de la agenda de los principales diarios en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, México, Perú y Venezuela durante 2007. Tras la investigación se detectó que el tema cambio climático ocupa un bajo perfil en la agenda de los diarios latinoamericanos más influyentes⁸. Además, concluyó que el tema es representado en la prensa como una cuestión que debe resolver la comunidad internacional y que la mayor parte de la información se enfoca a aquellos aspectos más llamativos que est n relacionados a los efectos negativos del cambio climático, es decir, con la catástrofe. Aunque, como se se al  antes, esa es una tendencia que se ha encontrado también en los estudios realizados en Estados Unidos y Europa.

En ese contexto es que el presente reporte se propone contribuir a los estudios de agenda sobre el tratamiento informativo del tema cambio climático en la prensa de referencia en Latinoamérica, además de buscar obtener indicadores sobre las características particulares de la agenda de la prensa argentina.

Aspectos metodológicos

Para el análisis de contenido de los diarios se optó por revisar las ediciones correspondientes al 2008, en principio, porque el 2007 fue considerado como el año de irrupción del tema cambio climático no sólo en los medios, sino entre los sectores políticos, económicos y culturales de todo el mundo (González Cruz, 2008). Igualmente, éste año corresponde al primero del periodo 2008-2012 de la entrada en vigencia del Protocolo de Kyoto para reducir las emisiones de gases a la atmósfera, mismo que fue avalado por la Argentina, lo que supondría un interés de los medios en el tema.

Respecto a las unidades registradas, se decidió incluir en el estudio como una sola unidad a los titulares y al cuerpo de la información que de manera expresa hicieran referencia en alguna de sus partes al cambio climático o "calentamiento global", así como aquellas fotografías, cuadros de texto o gráficas que fueran presentadas de manera independiente y no como ilustración para el texto de una nota informativa, entrevista, columna o reportaje. Mientras que aquellas unidades que señalan hechos o declaraciones que tienen que ver con el fenómeno, pero explícitamente no se les relaciona con él, quedaron excluidas. Por ejemplo, noticias que hicieran referencia a alguna inusitada ola de calor en el país o en algún lugar del mundo; a fenómenos meteorológicos, como tormentas, huracanes; o a fenómenos climáticos, como escasez de agua, desertificación, etcétera; así como a temáticas relacionadas a biocombustibles u otras fuentes de energía alternativas, entre otras.

La selección de la muestra para el estudio se realizó mediante el método de *Muestreo de Semana Compuesta*, iniciado el lunes de la primera semana de enero de 2008, hasta cubrir el total de las 51 semanas del año, lo que permitió tener una muestra representativa del período elegido para el análisis. En total se revisaron 102 ejemplares entre ambos diarios. En principio se había planteado

⁸ Los diarios estudiados fueron Argentina (*Clarín* y *La Nación*), Bolivia (*Los Tiempos* y *La Razón*), Brasil (*O Globo* y *Folha de São Paulo*), Chile (*El Mercurio* y *La Segunda*), México (*Reforma* y *La Jornada*), Perú (*El Comercio* y *La República*) y Venezuela (*El Universal* y * ltimas Noticias*).

analizar sólo las portadas, dado que en estas se publica la información que los editores consideran como más relevante, aquella que priorizan para ser mostrada en primer orden a sus lectores. Sin embargo, dada la escasez de unidades en la página principal, con el fin de ampliar la búsqueda se decidió incluir todas las secciones que de manera continua formaran parte de los periódicos en la publicación de las ediciones de lunes a domingo, excluyendo únicamente las cartas de los lectores y aquellas secciones que hacen su aparición solamente un día por semana o los suplementos especiales.

El cambio climático en la agenda de la prensa escrita en Argentina

El análisis de la muestra de los diarios de mayor circulación en el pa s⁹, *Clarín* y *La Nación*, arrojó un total de 52 unidades en las que se menciona de forma directa al fenómeno cambio climático o "calentamiento global". Del total, 18 unidades corresponden a *Clarín* y 34 a *La Nación*; lo que implicaría, desde la perspectiva de la *agenda setting*, que *La Nación* contribuyó en mayor medida – durante el periodo de estudio- a colocar el tema a la vista del público.

Durante el lapso estudiado, los meses de 2008 en los que se encontraron más unidades informativas relacionadas con el tema fueron marzo (7), abril (8), mayo (5), junio (10), y julio (5). De acuerdo a los datos obtenidos de la muestra, la mayor frecuencia durante dichos meses obedeció a que durante este tiempo empezó a discutirse a nivel internacional la agudización de la crisis alimentaria en diversas regiones del mundo y el constante incremento de los precios de los alimentos, así como los retos y desafíos que dicha crisis supone para millones de personas en el planeta (para ver detalles de unidades registradas por mes consultar la tabla 1).

El aumento de los precios del petróleo, el debate sobre la reducción de exportaciones de granos para garantizar el consumo interno en países como Brasil y Argentina, entre otros, así como las sequías en algunas regiones del mundo -que mermaron la producción agrícola- y la generación de biocombustibles como una de las causas del aumento de precios de los alimentos, fueron temas que se relacionaron con el cambio climático y que provocaron una mayor cobertura informativa sobre esta cuestión. Entre julio y octubre, el tema tuvo una disminución en la agenda, cuando el t pico de la crisis hipotecaria y consecutiva recesión económica en Estados Unidos, que después se extendió a todo el mundo, empezó a ocupar mayores espacios en los medios.

Hacia noviembre, cuando se realizaron las elecciones presidenciales en Estados Unidos, el tema cambio climático tuvo nuevamente un repunte en los contenidos. En este caso la información hizo referencia a que dicha problemática sería un reto más que el nuevo presidente norteamericano, Barack Obama, tendría por atender, junto con la crisis financiera y el conflicto armado en Irak.

⁹El diario de mayor circulación en Argentina es *Clarín*, tiene un promedio de circulación neta pagada de 368,807 ejemplares de lunes a domingo. En segundo lugar, aunque con un tiraje menor en aproximadamente un 50%, le sigue el diario *La Nación*, que mantiene también de lunes a domingo una circulación neta pagada de 154,120 ejemplares, según datos del Instituto Verificador de Circulaciones (www.ivc.org.ar) [Fecha de consulta: 02/03/2009].

Posteriormente, en diciembre, el tema volvió a caer. La información sobre la crisis financiera mundial y sus repercusiones en el ámbito nacional argentino fue una temática que empezó a llamar más la atención y a ocupar los principales titulares en la agenda de los dos periódicos bajo estudio.

Además de los temas internacionales antes sealados, en ambos diarios los t picos nacionales que marcaron preponderantemente la agenda durante el periodo de análisis, fueron los relacionados al conflicto entre los productores agrícolas y el Gobierno Federal a causa de los impuestos a las exportaciones de soja. Aunque en algunas unidades se hizo referencia a factores climáticos y meteorológicos que afectaron la actividad agrícola en la Argentina, el tema cambio climático no se relacion  de manera directa o indirecta con dicha problemática.

La ubicación, proximidad y origen de la información sobre cambio climático

A diferencia de la muestra de *Clarín*, donde no se encontr  ninguna unidad en la que de manera explícita se informara sobre cambio climático en la portada, lo que implica que el 100% de la información sobre el tema se agend  en las páginas interiores, en *La Nación* un 6% de las unidades aparecieron en la primera página, aunque el tema nunca ocupó el titular principal y en ambos casos la noticia hizo referencia a cuestiones de carácter internacional.

Precisamente, el análisis arrojó que en ambos medios la mayor parte de la información (37%) se distribuyó principalmente en las secciones de información internacional e hizo referencia a problemas globales (ver secciones en *tabla 2*), y si bien en algunos casos se encontraron unidades en secciones nacionales de información general (17%), en algunas de ellas se hacía referencia a eventos internacionales, como la participación de la presidenta argentina, Cristina Fernández, en la cumbre de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO por sus siglas en inglés), realizada en Roma durante el mes de junio para discutir la crisis alimentaria en el mundo. Aunque también se trataron, en menor medida, aspectos relacionados con el deshielo de glaciares en la Patagonia y las posibilidades del resurgimiento de enfermedades como el dengue debido al incremento de las temperaturas globales.

Dado que la mayor parte de la información se publicó en secciones de carácter internacional, la *proximidad* de los discursos o situaciones planteadas en las unidades informativas estuvo casi siempre alejada a la realidad inmediata del país. Explícitamente, el 85% del total de unidades hizo referencia a acontecimientos, declaraciones u opiniones a un nivel internacional, es decir, 15 unidades en *Clarín* y 29 en *La Nación*; mientras que en el 15% se presentaron sealamientos sobre los efectos en la realidad local-nacional, esto es, 3 unidades para *Clarín* y 5 en *La Nación*.

Por otro lado, es importante resaltar que un elevado porcentaje de las unidades detectadas, el 56%, tiene como *origen* de elaboración a periodistas, corresponsales o colaboradores que los dos medios tienen en el país y en el exterior, contra un 37% proveniente de agencias noticiosas, por lo que la dependencia para obtener información sobre temáticas y discusiones de carácter internacional no parece determinante. Sin embargo, esta disponibilidad de recursos humanos no implica

necesariamente que las unidades en las que se incluye el tema cambio climático, como antes se se al , est n estrechamente relacionadas con la realidad y/o las problemáticas en la Argentina.

Para el caso de *Clarín* un 55% de las 18 unidades encontradas, fueron elaboradas por periodistas, colaboradores o corresponsales de esa casa editorial, lo que refleja un alto grado de independencia del medio para obtener información; así pueden ubicarse a sus periodistas en otros países de Latinoamérica, aunque prioritariamente en Brasil, y generalmente algunos colaboradores o enviados en el resto de la región. También se detectó la presencia en Washington y Nueva York, en Estados Unidos; así como en Reino Unido, Francia, España e Italia, en Europa, además de otros colaboradores en Medio Oriente y la utilización de enviados especiales para eventos de gran envergadura, como cumbres mundiales o determinados conflictos políticos, sociales o económicos.

Lo mismo ocurre en el caso de *La Nación*, donde un 53% de la información fue elaborada por sus propios periodistas, corresponsales, colaboradores o editorialistas, algunos de ellos, escritores reconocidos internacionalmente. Además el diario cuenta también con corresponsales en Europa y algunos otros distribuidos en Norteamérica, en polos importantes como Washington.

La cantidad de corresponsales en diversas partes del mundo y la inclusión de las temáticas internacionales recogidas sin la intervención exclusiva de agencias de noticias, constata en ambos diarios su condición de prensa de elite o referencia.

En resumen, la principal diferencia respecto a la *ubicación, proximidad y origen* de la información en ambos periódicos, es que en *La Nación* se encontraron un mayor número de unidades en la portada y en las distintas secciones. Sin embargo, respecto a las características informativas de las mismas, poseen gran similitud con las de *Clarín*. En ambos casos, el tema es presentado como una problemática relacionada a cuestiones de carácter internacional, sin que el tema se asocie la mayor parte de las veces a la realidad Argentina, la cual, por sus características económicas y sociales, así como por sus actividades productivas altamente dependientes de los recursos naturales, es potencialmente vulnerable a los efectos del cambio climático (PNUMA, 2006).

Los géneros informativos y las fuentes de información

De los datos obtenidos mediante el análisis de la muestra, se refleja que la tendencia de los diarios es ofrecer la información bajo el *género informativo* de noticia o artículo estándar, lo que representa el 64% del total de unidades analizadas, aunque esta preferencia no sorprende, pues ya otros estudios realizados sobre el contenido de los medios han arrojado que los temas ambientales son cubiertos prioritariamente bajo este esquema (Carabaza, 2004; Cimadevilla, 2003). Los datos acumulados arrojan que un 27% de la información se presentó mediante el género de opinión, seguido de entrevistas con 4%, y reportajes con 2%, entre otros (ver tabla 3).

Respecto a las *fuentes de información* sobre cambio climático que la prensa utilizó con mayor frecuencia al incluir el tema en su agenda, los científicos o especialistas y las organizaciones internacionales son las principales (39%), aunque en un porcentaje significativo (33%) la fuente son

los propios periodistas o colaboradores de los diarios, quienes escriben sus artículos utilizando datos de algunos organismos internacionales, la mayoría pertenecientes a Naciones Unidas.

Los representantes de gobiernos citados en un contexto internacional fueron también un porcentaje importante de las fuentes de información más recurrentes para ambos diarios (16%), entre ellos los mandatarios de Brasil, Estados Unidos, España y Francia. Es preciso agregar que las unidades analizadas no priorizan en el contenido cuestiones concretas sobre diseño de políticas públicas para mitigar el fenómeno o adaptarse a él, tampoco se profundiza en los compromisos gubernamentales para atender las problemáticas que el fenómeno podría provocar sobre los recursos naturales y sobre las personas, y tampoco se trata, en la mayor parte de los casos, de funcionarios o representantes del gobierno argentino. Generalmente se reproducen declaraciones o menciones de tipo político en las que líderes internacionales reconocen que el cambio climático es un reto que hay que atender.

El monitoreo arrojó que la utilización de fuentes de información en los dos periódicos es muy similar, no obstante, el aspecto que más resalta es que fue en las unidades registradas de *La Nación* en las que se encontraron como fuentes a ciudadanos comunes que emitieron su opinión sobre ciertos aspectos del tema, entre ellos, la importancia del uso de energías limpias y la reforestación en zonas urbanas.

En ambos casos, como una generalidad, sobresale que las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) de carácter nacional, provincial o local no figuran entre las fuentes consultadas por los periodistas, tampoco aparecen con regularidad los legisladores, gobernadores y funcionarios federales del Gobierno argentino. Lo cual, por un lado, resulta comprensible, dado que la mayor parte de la información sobre cambio climático tiene una clara referencia internacional; y por otro lado refleja la poca participación que como fuentes de información sobre el tema tuvieron dichos actores en la agenda mediática de ambos diarios (ver detalles de las fuentes de información en la tabla 4).

Tal parece que el cambio climático, como sucede en otros países de América Latina, se observa como una preocupación internacional a cuyos efectos est  ajena la población local (Fundación Konrad Adenauer, 2008), por lo que es presentada como una cuestión que compete resolver a otros.

Los enfoques y temáticas sobresalientes

La visión o *enfoque sobresaliente* respecto al tema cambio climático en la agenda de los diarios de referencia argentinos, según los datos agregados de un 50% de las unidades, es la de los *efectos* que éste tendría o ya tiene, y que podrían resultar catastróficos, aunque tampoco se profundiza sobre ellos, y escasamente se habla de las implicaciones para la Argentina. Mientras que la información enfocada a las *soluciones*, a un nivel general, se ubica con un perfil más bajo (8%).

Del total de unidades analizadas, es significativo que en un 27% de estas el foco esté sobre declaraciones o menciones de tipo político en las que representantes gubernamentales o candidatos a puestos de elección en otros países reconozcan la necesidad de hacer frente al cambio climático, o bien lo consideren un tema por resolver, pero resalta que en la información agendada estos actores tampoco ofrezcan soluciones o medidas concretas, lo mismo para mitigar los efectos o bien para adaptarse a ellos, de ahí que durante la realización del análisis se decidiera presentarlo como un tópico separado. Las causas o eventos que contribuyen al cambio climático son también un aspecto que ocupa un bajo perfil (6%). En general el tema es tratado como si fuese conocido claramente por la mayoría de las personas, aunque los estudios realizados a nivel internacional señalan lo contrario (Shanahan, 2007; Ñañez, 2003).

Enfoque y temáticas recurrentes en *Clarín*

Respecto a la particularidad de cada diario, en *Clarín*, de las 18 unidades encontradas durante el muestro, un 44% de la información estuvo relacionada con las cuestiones negativas, es decir, con el enfoque sobre los impactos que el cambio climático tendrá en diferentes aspectos de la vida humana y sobre los recursos naturales; contra el 11% que representó aquella información sobre posibles soluciones o mitigación de los impactos climáticos o meteorológicos. Aunque las declaraciones de políticos internacionales acerca de que es necesario actuar contra el fenómeno pero sin profundizar en detalles, fue también otra temática recurrente, lo que representó el 22% de la información.

Sobre las temáticas o subtemas relacionadas al cambio climático que alcanzaron mayor presencia en *Clarín*, las declaraciones o menciones de líderes políticos internacionales sobre la necesidad de actuar contra el cambio climático, lo que significó el 22% de las unidades; junto con el tema de la escasez de alimentos que se provocaría por la desertificación y sequía, con los correspondientes problemas sociales que esto significaría, representó también el 22% de las unidades. Mientras que las afectaciones a la biodiversidad, especialmente las relacionadas a la extinción de distintas especies de flora y fauna ocuparon un 11% de la información relativa a los impactos.

Otros subtemas menos recurrentes fueron el aumento del nivel del mar debido al calentamiento global; la búsqueda de acuerdos multilaterales para mitigar el cambio climático; la implementación de nuevas técnicas agrícolas; la deforestación señalada como una de las causas del fenómeno; la desertificación y la sequía, e inundaciones como consecuencias de los fenómenos climáticos y meteorológicos (ver tabla 5).

Enfoque y temáticas recurrentes en La Nación

En *La Nación*, más del 52% de las unidades detectadas estuvieron enfocadas hacia el aspecto de los efectos del cambio climático, tanto en cuestiones relativas a impactos humanos como a los recursos naturales. También en este caso la información que hacía referencia a posibles acciones para mitigar los impactos negativos del fenómeno, es decir la visión sobre las soluciones, estuvo relegada a un plano menos visible y representó apenas el 6% de las unidades registradas.

Mientras que las notas relacionadas con declaraciones políticas acerca de que el cambio climático es un tema por atender, o la información sobre la necesidad de dialogar para llegar a acuerdos multilaterales en la búsqueda de soluciones, representó un buen porcentaje de los resultados, casi el 30%.

Sobre los subtemas que alcanzaron una mayor presencia en las páginas muestreadas de *La Nación*, en primer lugar, el t pico relacionado a declaraciones de políticos y menciones sobre el reto que el cambio climático representa para la humanidad acaparó el 29%. En segundo lugar, las temáticas afines a la escasez de alimentos, con un 18% de las unidades. En la información publicada se consideró que diversos factores relacionados con el cambio climático, como la sequía y el empleo de granos para la producción de biocombustibles, afectan la disponibilidad de alimentos para satisfacer la demanda de los seres humanos, aunados estos factores a problemas como la pobreza, desigualdad y desempleo, entre otros.

En el mismo sentido, las amenazas a la salud que generaría el cambio climático, como el surgimiento de enfermedades que se creían controladas desde hace décadas en la Argentina, entre ellas la fiebre amarilla y el dengue, fue otra temática que alcanzó a destacar (9%). Lo relevante del caso es que la discusión sobre la relación entre cambio climático y salud, fue uno de los pocos temas que se relacion  de forma directa con la realidad del país.

Otros subtemas, como los impactos que el cambio climático podría tener para la seguridad y el desarrollo económico y social de las naciones o la comunidad internacional, representó también un destaque importante (9%). El incremento de las temperaturas, los problemas asociados al aumento del nivel del mar debido al derretimiento de los casquetes polares y las inundaciones que esta situación podría causar, así como las afectaciones a la biodiversidad, la agudización de la desertificación y la sequía en diversas regiones del planeta, fueron también temáticas encontradas en la agenda de los diarios muestreados (ver tabla 6).

En suma, de los subtemas que alcanzaron mayor notoriedad, tanto en *Clarín* como *La Nación*, fue el relacionado con la escasez de alimentos (39%). Así, de un total de 26 unidades en los dos periódicos que hacían referencia a los impactos o efectos, 10 de ellas estuvieron relacionadas con dicho t pico. Esto puede explicarse por varios factores antes mencionados, como el tema de la crisis alimentaria que empezó a tener mayor discusión a nivel internacional durante el lapso en que el Gobierno argentino se mantenía enfrentado con representantes del campo debido a la implementación de impuestos móviles para la exportación de soja; en segundo lugar a que la

Argentina es considerado uno de los principales productores de alimentos en el mundo; en tercer lugar a la realización de la Cumbre Mundial de la FAO en Roma, y en general, al llamado que hizo la ONU para contrarrestar la crisis ante la creciente alza de los precios de los alimentos durante el lapso seleccionado para el muestreo de la agenda.

Como puede apreciarse de los datos obtenidos de ambos diarios, existe una elevada propensión a enfocarse en los aspectos negativos del tema, esto es, los que tienen que ver con los impactos de los fenómenos climáticos y meteorológicos en distintos aspectos de la vida humana y sobre los recursos naturales; lo que implica que la prensa de referencia argentina sigue el mismo patrón detectado por investigadores de la comunicación en los medios internacionales, respecto a que la información que estos publican se orienta prioritariamente en los aspectos más negativos, que son a la vez más espectaculares y dramáticos, dejando de lado observaciones más positivas y orientadoras para la población, como aquellas relacionadas a la mitigación del fenómeno y/o adaptación al mismo (Painter, 2007; Shanahan, 2007).

Sin embargo, hay que tomar en cuenta que la elección de la noticia depende también de su nivel de espectacularidad para que aparezca en los medios, y en ese sentido, la falta de alimentos, inundaciones de las zonas costeras y otros fenómenos adversos provocados por cambio climático resultan eventos muy llamativos, lo que de algún modo podría captar la atención de la prensa y de su público. De los resultados generales presentados hasta aquí, puede suponerse que la tendencia sea similar en la prensa local, así como la radio o la televisión, aunque esta es una hipótesis que habría que contrastar.

A modo de conclusión

Podemos decir que el cambio climático es un problema sin precedentes potenciado por el modelo de desarrollo industrial y consumista impulsado en Occidente, que afecta a los procesos climáticos naturales del planeta, pero que est  íntimamente relacionado con factores económicos y sociales de la humanidad. En otras palabras, por amenazar al entorno natural y de forma directa e indirecta al desarrollo económico y social, el calentamiento global es un fenómeno que atenta contra el desarrollo humano, con revertir los logros hasta ahora obtenidos y con hacer más difícil el camino para progresar en el futuro, especialmente a los países en vías de desarrollo (PNUD, 2007).

En ese contexto, los medios de comunicación pueden tener un rol importante como uno de los agentes que permitan difundir información y conocimiento para hacer frente a este problema, que si bien es mundial, afectará directa e indirectamente en lo local. Además, los medios tienen la posibilidad de sensibilizar sobre el fenómeno a las mayorías y de colocar el tema en la agenda de los líderes políticos, quienes debieran ser los responsables de la instrumentación de políticas públicas para hacer frente a este reto al que ahora se enfrenta la humanidad.

Ahora bien, sobre la pregunta que dio pie a este estudio:  El tema cambio climático form  parte de la agenda informativa de los diarios de referencia en Argentina: *Clarín* y *La Nación*, durante el año 2008?, podemos señalar en principio que el tema sí aparece en la agenda de ambos diarios, pero hay que matizar que lo hace como una temática de bajo perfil, es decir, no acapara de manera regular los titulares principales y escasamente aparece en la primera página, que es en la que los periódicos colocan la información que consideran de mayor relevancia.

Siguiendo los postulados de la teoría de la *agenda setting*, los temas que aparecen en la portada de los diarios son los que se consideran más importantes de destacar sobre el resto, por lo que, tras los datos obtenidos de la revisión de *Clarín* y *La Nación*, puede deducirse que el tema cambio climático no resulta el más prioritario. Aunque se reconoce que este fenómeno es un reto por enfrentar, mediante la información publicada no se ha cuestionado la implementación de políticas públicas nacionales al respecto, ni se reflejó durante los días de monitoreo un cuestionamiento al sector gubernamental sobre las medidas que ha diseñado para mitigar y para hacer frente a los impactos adversos que el fenómeno podría generar sobre la Argentina en el mediano y en el largo plazo.

De un monitoreo de 51 ejemplares de cada diario, se obtuvieron en total 52 unidades en las que se hacía referencia explícita al tema cambio climático, 34 unidades en el diario *La Nación* y las 18 restantes en *Clarín*. La muestra seleccionada para el análisis, arrojó que el tema se ubica generalmente en la sección de información internacional, lo que coincide con el hecho de que raras veces se le asocie a la realidad local-nacional y se trate más bien como una temática y preocupación de orden global. Además, los periodos en que el tema apareció con mayor frecuencia fueron aquellos en los que ocurrieron ciertos eventos de relevancia internacional, como la celebración de una cumbre mundial de la FAO para discutir el alza al precio de los alimentos, lo que confirma una vez más que los t picos relacionados con el medio ambiente tienden a ocupar mayor espacio en los medios cuando ocurren sucesos extraordinarios.

Respecto a los políticos y gobernantes argentinos, tienen una escasa presencia como actores referentes para la temática, es decir, no son fuentes de información recurrente sobre la cuestión, aunque tampoco se observaron a las Organizaciones No Gubernamentales, o las empresariales del país, como las principales fuentes consultadas. En suma, a través de las unidades revisadas no se observa que la problemática sea un asunto de debate nacional, lo que coincide con los datos obtenidos en otros países de América Latina publicados por la Fundación Konrad Adenauer (2007).

Sobre el enfoque de la información que más sobresale, es el de los efectos, es decir, el de las consecuencias que los diferentes fenómenos climáticos y meteorológicos tendrán sobre aspectos de la vida humana y sobre los recursos naturales. En este punto puede decirse que los diarios argentinos comparten aspectos comunes con otros medios de comunicación en Latinoamérica y en diversas partes del mundo. Como antes se se al , diversos estudios a nivel internacional revelan que

la tendencia de los informativos es enfocarse en los aspectos más negativos del fenómeno, que resultan siempre más espectaculares (Shanahan, 2007).

En ese contexto, puede decirse, que la agenda temática de los diarios analizados posee características similares: la mayor parte de la información que publican sobre cambio climático tiene una proximidad de carácter internacional, utilizan con regularidad los mismos géneros informativos, fuentes, enfoques y hasta las temáticas generales o subtemas poseen un grado de presencia parecida.

Como se ha reiterado, generalmente el problema se ve como una preocupación de tipo global que es opacada por conflictos políticos locales, mismos que no parecen contemplar esta cuestión en la realidad argentina. Sin embargo, habría que agregar que esto no es una realidad exclusiva de los diarios o los políticos argentinos, o los latinoamericanos en general, sino que se refleja incluso a nivel mundial. Aunque la ONU señale que el cambio climático representa una grave amenaza para el desarrollo humano y para la seguridad de millones de personas (PNUD, 2007), y el fenómeno pueda ser considerado como un peligro incluso más grave que el terrorismo para algunos científicos, como el citado en el epígrafe con que inicia este trabajo, Shanahan (2007:1) subraya que “ni los gobiernos, ni las empresas, ni la gente, ni los medios están en una posición combativa en este momento”, sino que la agenda es ocupada por otros temas, que a diferencia del cambio climático, tienen impactos inmediatos o de corto plazo.

Referencias bibliográficas

ALCOCEBA, H. (2004). *La contribución de la comunicación pública al desarrollo social de la conciencia medioambiental*. Ecosistemas, revista científica y técnica de ecología y medio ambiente. España, Año 13, num.3. Septiembre 2004.

ANDERSEN, A. (1993). *Source-media relations: the production of the environmental agenda*. En A. Hansen (Ed.), *The mass media and environmental issues* (pp. 51-67). Nueva York: Leicester University Press.

BOYKOFF, M. y ROBERTS T. (2007) *Media Coverage of Climate Change: Current Trends, Strengths, Weaknesses*. United Nations Development Programme. Human Development Report.

CARABAZA, J. y LOZANO, J.C.; et al (2007). *Cobertura del medio ambiente en la televisión mexicana*. Revista Comunicación y Sociedad, Universidad de Guadalajara, num. 007, pp. 45-76, México.

CARABAZA, J. (2004). *La temática ambiental en la prensa escrita, el caso de los periódicos de Saltillo, Coahuila*. En Bernardo Rusi (Ed.) *Anuario de Investigación*, 11, pp. 263-285. México: UI-CONEICC.

CIMADEVILLA, Gustavo (2005). *Información ambiental, espectacularización y desconexión*. En Daniel Mato (coordinador). *Políticas de economía, ambiente y sociedad en tiempos de globalización*. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Central de Venezuela, pp. 111-130. Caracas, Venezuela.

CIMADEVILLA, G. (2003). *Agenda ambiental y rutinas noticiosas*. Comunicación y Espacio Público, año VI, número 1y 2, pp. 106-118. Brasil.

DEARING, J. W. y ROGERS, E. M. (1996): *Agenda-Setting*. Thousand Oaks, California, SAGE.

DÍAZ NOSTY, B.(2009). *Cambio climático, consenso científico y construcción mediática. Los paradigmas de la comunicación para la sostenibilidad*. Revista Latina de Comunicación Social, 64. pág. 99 a 119. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna. 2009. Recuperado el 03 de marzo de 2009. http://www.ull.es/publicaciones/latina/09/art/09_808_15_clim tico/Bernardo_Diaz_Nosty.html

DUARTE, C.M. -Coordinador (2006). *Cambio global, impacto de la actividad humana sobre el sistema Tierra*. CSIC, Colección Divulgación, Ed. Cyan, Proyectos y Producciones Editoriales, S.A. Madrid, España.

GONZÁLEZ CRUZ, E. (2008). *Ambientalismo Mediático,  un asunto de dominación ideológica? Estudio comparado entre Chile y México*. Informe final del concurso: Las deudas abiertas en América Latina y el Caribe. Programa Regional de Becas CLACSO. Recuperado: 08 de marzo de 2009. Disponible: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/becas/2008/deuda/gonza.pdf>

HESTER, J. B. y GONZENBACH, W. J (1995). *The environment: TV news, real-world cues, and public opinion over time*. Mass Communication Review. N  m. 22. pp. 5-20. San José, Estados Unidos.

IPCC (2007). *Resumen para Responsables de Políticas. En, Cambio Climático 2007: Impactos y Vulnerabilidad. Contribución del Grupo de Trabajo II al Cuarto Informe de Evaluación del IPCC*. M.L. Parry, O.F. Canziani, J.P. Palutikof, P.J. van der Linden y C.E. Hanson, Eds., Cambridge University Press, Cambridge, Reino Unido. Recuperado el 10 de junio de 2009. Disponible: <http://www.ipcc.ch/languages/spanish.htm>

KEMPF, H (2007). *Cómo los ricos destruyen el planeta*. Primera edición. Libros del Zorzal. 160 pp. Buenos Aires, Argentina.

KONRAD ADENAUER STIFTUNG (2007). *El cambio climático en la agenda de los medios de comunicación latinoamericanos*. Recuperado el 2 de marzo de 2009. Disponible: <http://www.medioslatinos.com/modules/smartsection/item.php?itemid=8>

LÓPEZ-ESCOBAR, E. y LLAMAS, J. P (1996). *"Agenda-setting: investigaciones sobre el primer y segundo nivel"*, Comunicación y sociedad, Volumen IX, n  1 y 2, p. 9 - 15. España.

McCOMBS, M. (1996). *Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo*. En Jennings, Bryant y Zillmann, Dolf. *Los efectos de los medios de comunicación, investigaciones y teorías*. Paidós, Barcelona, España. pp. 13-34.

ÑAÑEZ, E. (2003). *Cambio climático y océanos. Desafío para el siglo XXI*. Umbral Científico, numero 003, pp. 25-41. Fundación Universitaria Manuel Beltrán. Bogotá, Colombia.

PAINTER, J. (2007). *All doom and gloom? International TV coverage of the April and May 2007 IPCC reports*. Junio del 2007, disponible en: www.tinyurl.com/2qd7ky y <http://www.eci.ox.ac.uk/news/events/070727-carbonundrum/painter.pdf> . [Consultado el 20 de marzo de 2009].

PNUD (2007). *Informe sobre Desarrollo Humano 2007-2008. La lucha contra el cambio climático: Solidaridad frente a un mundo dividido*. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Nueva Cork, Estados Unidos.

PNUD (2004). *La democracia en América Latina. Hacia una democracia de ciudadanas y ciudadanos*. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, segunda edición, Buenos Aires, Argentina.

PNUMA y SEMARNAT (2006). *El Cambio Climático en América Latina y el Caribe*. Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. México.

RODRIGUEZ DIAZ, R. (2004). *La agenda setting, aplicación a la enseñanza universitaria*. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales. España. Disponible en: www.obets.ua.es

SÁDABA, M. T. (2001). *Origen, aplicación y límites de la teoría del encuadre (framing) en comunicación*. Comunicación y Sociedad, Vol. 14, num.2, pp. 143-175. Navarra, España.

SERVAES, J. (2000). *Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos*. Temas y problemas de Comunicación, Universidad de Río Cuarto, año 8, vol. 10, pp. 5-28. Argentina.

SHANAHAN, M. (2007). *Hablar de una revolución: el cambio climático y los medios de comunicación*. International Institute for Environment and Development. Disponible: <http://www.iied.org/pubs/pdfs/17029SIIED.pdf>. [Consultado el 15 de mayo de 2009]

SHANAHAN, J. (1993). *Television and the cultivation of environmental concern: 1988-92*. En A. Hansen (Ed.), *The mass media and environmental issues* (pp. 181-197). Nueva York: Leicester University Press.

SUHONEN, P. (1993). *Environmental issues, the Finnish major press, and public opinion*. Gazette, 51 (2), 91-112.

TABLAS

Tabla 1 Total de unidades por diario y por mes

Mes	Clarín	La Nación	Total
Enero	-	2	2
Febrero	-	4	4
Marzo	5	2	7
Abril	4	4	8
Mayo	2	3	5
Junio	3	7	10
Julio	2	3	5
Agosto	1	2	3
Septiembre	1	-	1
Octubre	-	1	1
Noviembre	-	5	5
Diciembre	-	1	1
Total por diarios	18	34	52

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2 Distribución de la información en las principales secciones

Sección	Clarín	La Nación	Unidades	Distribución %
Mundo/Exterior	8	11	19	36.53%
Opinión	4	6	10	19.23%
Sociedad/Información General	5	4	9	17.30%
Economía/Negocios/Mercados	1	4	5	9.61%
Cultura/Ciencia/Salud	-	4	4	7.69%
Política	-	3	3	5.76%
Portada	-	2	2	3.84%
Total	18	34	52	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3 Los géneros informativos más recurrentes

Género	Clarín	La Nación	Total Unidades	Total %
Noticia	10	23	33	63.46
Opinión	6	8	14	26.92
Entrevista	1	1	2	3.84
Reportaje	1	-	1	1.92
Fotografías	-	1	1	1.92
Total	18	34	52	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4 Las fuentes informativas de *Clarín* y *La Nación*

Fuentes	Clarín	La Nación	Unidades	%
Especialistas/Org. internacionales	9	11	20	38.46
Reportero/colaborador/editorialista	6	11	17	32.69
Gobierno	2	6	8	15.38
Ciudadanos	-	3	3	5.76
Empresarios	1	1	2	3.84
Políticos (candidatos)	1	1	2	3.84
Total	18	34	52	100

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5 Subtemas o temáticas más recurrentes sobre cambio climático en *Clarín*

Temas	Unidades	%
Declaraciones políticas o mención	4	22.22
Escasez de alimentos	4	22.22
Afectaciones a la biodiversidad	2	11.11
Aumento del nivel del mar e inundaciones	1	5.55
Desertificación y sequía	1	5.55
Propuesta de nuevas técnicas agrícolas	1	5.55
Acuerdos multilaterales a nivel gubernamental	1	5.55
Deforestación	1	5.55
Actividades agropecuarias	1	5.55
Otro	2	11.11
Total	18	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6 Subtemas o temáticas más recurrentes sobre cambio climático en *La Nación*

Temas	Unidades	%
Declaraciones políticas o mención	10	29.41
Escasez de alimentos	6	17.64
Amenaza al desarrollo y la seguridad de las naciones	3	8.82
Afectaciones a la salud	3	8.82
Aumento de la temperatura	2	5.88
Aumento del nivel del mar e inundaciones	2	5.88
Acciones domésticas o individuales	2	5.88
Afectaciones a la biodiversidad	1	5.88
Desertificación y sequía	1	2.94
Emisiones de gases por actividades industriales	1	2.94
Otros	3	8.82
Total	34	100%

Fuente: Elaboración propia