

PERIODISMO Y SITUACIONES DE RIESGO. EL PERIODISMO DE PREVENCIÓN, UN ENFOQUE ANTICIPATORIO.

Silvia Alende Castro
Universidad de Vigo
Aurora García González
Universidad de Vigo

Resumen

Catástrofes de distinto tipo –naturales, sociales, de infraestructuras o de otra tipología– forman parte del temario mediático. Distintas investigaciones actuales advierten de que el discurso periodístico que se deriva de estos acontecimientos a menudo responde a prácticas fundamentadas en el espectáculo. En estas circunstancias, en España se ha abierto una nueva línea de investigación que precisamente plantea otras formas de informar sobre este tipo de sucesos. Así, el Periodismo de Prevención (PdP) sugiere una práctica periodística que, a través de una actitud consciente por parte de los periodistas y los medios, busca aproximarse a la cotidianeidad del lector a través de la publicación de información de carácter útil que permita una adecuada gestión de riesgos en su entorno próximo.

La capacidad de prevención es el objetivo primordial de esta tendencia al entender el riesgo como un valor noticia en sí mismo. En un contexto en el que el debate sobre la credibilidad periodística, el impacto digital en los medios o el devenir del periodismo forman parte de la investigación en comunicación, surge también la necesidad de abordar la relación clásica entre periodismo y servicio público a través de corrientes que plantean contenidos y discursos para el cambio social en el marco de la vida cotidiana y el entorno local. Es el caso del PdP, una perspectiva sobre la que en España se han presentado las bases teóricas –con la ética como punto de partida, la anticipación como principal atributo y las situaciones de riesgo como enfoque– y analizado su presencia y características. Desde el punto de vista metodológico, esta investigación emplea una metodología basada en el análisis de contenido. Entre las principales conclusiones obtenidas, se puede afirmar que el PdP es una tendencia todavía incipiente centrada en temáticas relativas a la salud pero destacada desde el punto de vista de su tratamiento formal en prensa.

Palabras clave: comunicación, comunicación de utilidad, periodismo, Periodismo de Prevención, riesgo, catástrofe, PdP

5. Introducción

El periódico -podría afirmarse que los medios de comunicación en general- se concibe con vocación de servicio. Independientemente del tipo de titularidad del que dependa cada uno de ellos, el objeto último de las empresas informativas es su fin social (Tallón, 1992: 134). Es decir, ofrecer al ciudadano -a su lector- algo útil. El concepto de utilidad que aquí interesa es el entendido como el aporte de una información que sea capaz de brindar aspectos provechosos para la cotidianeidad del receptor. Esta idea ha caminado -siguiendo a una de las principales expertas españolas en esta cuestión, Pilar Diezhandino- de la mano de los magazines primero y a través de las páginas diarias de los periódicos después, concretamente a partir de los años 70 del siglo XX (1994). Con la inclusión y apuesta -de modo más consciente por parte de los diarios- de la información útil, la prensa atiende por un lado al interés social que pueden despertar ciertas temáticas y, al mismo tiempo, a las necesidades objetivas de su lector.

El periodismo entendido como una utilidad o como un servicio provechoso a su audiencia trata de ofrecer al receptor una ayuda, una recomendación, una solución o unas determinadas pautas de actuación para la consecución de determinados objetivos. Intenta colocarse a su lado para dejar de ser percibido como una simple recogida de información -valiosa pero centrada en aspectos mayoritariamente políticos o económicos hasta entonces- para abrirse a multitud de contenidos vinculados a las nuevas formas de vida y hábitos de ocio y socialización del público (Diezhandino, 1994). Aporta, por tanto, un valor añadido para tratar de que el lector se decante por una u otra cabecera en función del grado de satisfacción de sus necesidades informativas que vea alcanzado con cada una de ellas (Casals, 2005).

El Periodismo de Prevención (PdP) intenta ayudar a través de la anticipación al problema. En este sentido, el amparo teórico considerado más adecuado en esta investigación relativa al Periodismo de Prevención -que se detalla a continuación- es la Teoría de la Acción Social, puesto que la comunicación como objeto científico “es una acción significativa que tiene como finalidad que otro comprenda lo que significa esa acción y que sea efectivamente comprendida. Al comprender el objeto como una acción, la ciencia

de la comunicación se integra automáticamente en el ámbito de la Ciencia General de la Acción Social” (Román, 2000: 120). Esta teoría tiene entre sus referentes al sociólogo y filósofo austríaco Alfred Schütz, cuya figura estudiaría en la década de los noventa con detenimiento Martín Algarra (1993).

Reflexionar sobre la comunicación de riesgo desde la óptica periodística exige, en primer lugar, determinar qué se entiende por esta noción de riesgo. Para autores como Luhmann, Giddens o Beck, “las sociedades modernas desarrollan un típico modelo industrial y tecnológico que conduce a una serie de cursos de acción, de efectos que provocan riesgos” (Alfie y Méndez, 2000: 174). Como método de aproximación a lo cotidiano, a lo propio del día a día, la Teoría de la Acción Social pone el acento sobre el sujeto. Sin entenderse al individuo, no puede comprenderse tampoco la vida social puesto que esta tiene lugar en cuanto existe un sujeto determinado por su biografía y su experiencia inmediata. Esta experiencia, es decir la interacción entre distintos individuos y la comunicación como fenómeno propio de la vida cotidiana, tiene lugar por tanto en un determinado entorno. En este sentido, se entiende que el planteamiento del Periodismo de Prevención que se recoge en estas páginas puede adscribirse también a la línea de efectos de la comunicación sobre la conducta de los individuos. Se trata de un modelo desarrollado ya en la literatura científica sobre el que McQuail y Windahl indican que “una determinada representación de una acción fomentará en mayor grado el aprendizaje de esa acción cuanto más sobresaliente es para el individuo” (1989: 98), es decir, más importante desde el punto de vista psicológico. Como ejemplo, pertenece a esta corriente el modelo psicológico de Comstock –propuesto en 1978- sobre los efectos de la televisión en el comportamiento individual (McQuail y Windahl, 1989).

En su dimensión temporal, los padres de estos postulados explican que la acción social se produce en presente, por tanto en el ahora. Pero cabe detenerse también en el marco en que tiene lugar este proceso. En este sentido, Martín Algarra (1993) sostiene que además de darse en este tiempo concreto, la comunicación se produce también en un espacio específico. Por tanto, para poder reflexionar sobre la comunicación y, más en concreto, sobre el Periodismo de Prevención como una corriente comunicativa con características y objetivos diferenciados, hay que referirse en primer lugar a las cualidades del entorno en que se produce la acción social.

Al respecto, el paso de las sociedades tradicionales a las modernas ha sido estudiado por diferentes corrientes y autores, preocupados por los cambios estructurales, la

conformación de nuevas identidades o las innovaciones económicas y políticas, entre otras. Sin embargo, desde la década de los 80 del pasado siglo, surge una perspectiva sociológica que pone el foco sobre la modernidad en sí. No se preocupa ya por el tránsito de una concepción social a otra, sino que busca conocer la modernidad en sí, sus características específicas, sus retos y sus riesgos (Alfie y Méndez, 2000: 174).

Para autores como Luhmann, Giddens o Beck, “las sociedades modernas desarrollan un típico modelo industrial y tecnológico que conduce a una serie de cursos de acción, de efectos que provocan riesgos, contingencia y peligro no solo para las existencias colectivas sino también para los individuos” (Alfie y Méndez, 2000: 174). Por tanto, en las sociedades modernas, al tiempo que se abre el abanico de opciones se expanden también los riesgos de modo indisociable: es la nueva modernidad, también denominada modernidad tardía o reflexiva. En ella, no es la sociedad la que adopta un modelo de riesgo sino que es el propio desarrollo el que conduce a esta opción, no elegida (Alfie y Méndez, 2000: 175).

De acuerdo con Beck, “en la modernidad desarrollada [...] aparece un nuevo destino adscriptivo de peligro, del que no hay manera de escapar” (1998: 12). Un peligro producto de la modernidad en su estado máximo de desarrollo: es la llamada sociedad del riesgo (Beck, 1998: 14). Explica Beck en este sentido que en la modernidad avanzada, la producción social de riqueza va acompañada sistemáticamente de la generación de riesgos. Es decir, el peligro no se deriva ya de la miseria que caracterizaba etapas sociales anteriores sino que en esta era es precisamente el proceso de producción el que entraña conflictos: “la promesa de seguridad crece con los riesgos y ha de ser ratificada una y otra vez frente a una opinión pública alerta y crítica” (1998: 26).

En este contexto, los riesgos de la civilización son un barril de necesidades sin fondo, inacabable, infinito y autoinstaurable. En él, “se pueden poseer las riquezas pero por los riesgos se está afectado” (1998: 29). Por tanto, los riesgos de la modernidad se presentan de una manera universal que es, al mismo tiempo, específica e inespecífica localmente. Estas características presentan una sociedad, la actual, en la que la ciudadanía está expuesta a numerosas y potenciales situaciones de peligro

Esta sociedad se estructura, además, de acuerdo a interacciones pautadas históricamente en formas de reglas no escritas y en la que, de acuerdo con Piñuel, Gaitán y Lozano (2013), la práctica social del periodismo brinda al sujeto recursos y habilidades para

desenvolverse en el medio social. En este contexto, “la conservación de la propia identidad hace que el sujeto pueda reconocer el cambio del entorno si este cambio no se ajusta a un orden de previsiones contenido en sus esquemas” (2013). Los autores vinculan en concreto el riesgo a la noción de quiebras del acontecer, entendidas como la percepción que los individuos tienen al verse afectado el control (cognitivo y práctico) sobre el entorno, lo que provoca una representación de desorden espacial y temporal (2013). En el contexto de la sociedad de la información, entienden Piñuel, Gaitán y Lozano que un peligro se percibe cuando en el capital cognitivo del sujeto se dispone de discursos genéricos que categorizan los rasgos asociados a situaciones no suficientemente previstas (2013), objetivo del PdP.

Los riesgos entendidos en la línea propuesta por Ulrich Beck no se agotan en consecuencias y daños que han tenido lugar sino que contienen, esencialmente, un componente de futuro. Por tanto, “los riesgos se refieren a un futuro que se ha que evitar” (1998: 39). Es precisamente al relacionar estos conceptos con este campo de estudio, el de la comunicación, cuando surge la reflexión acerca de si el periodismo puede ayudar a evitar esos riesgos y el modo en el que está en posición de hacerlo.

En esta investigación se entiende que es desde un prisma preventivo desde donde la profesión periodística encuentra recursos y procedimientos tendentes a evitar estos riesgos vinculados al contexto actual. Sabiendo que, efectivamente, los mismos tienen algo de irreal pues son, al mismo tiempo, reales e irreales (Beck, 1998: 39), esta propuesta parte de la base de que los riesgos, cuando hacen acto de presencia, causan destrucciones de una medida tal que más que actuar después de ellas se vuelve primordial abordarlas en el momento en que son “conjeturas, amenazas para el futuro”, es decir, hacerlo a modo de “prognosis preventiva” (Beck, 1998: 39-40).

A continuación, se detalla la propuesta teórica formulada para el PdP pero antes cabe matizar que reflexionar sobre el Periodismo de Prevención en España exige acudir inevitablemente al trabajo realizado por el Instituto de Periodismo Preventivo y Análisis Internacional (Ippai). Aquí se ha optado por la denominación Periodismo de Prevención frente a Periodismo Preventivo y es necesario explicar las razones por las que se elige esta denominación en lugar de la más habitual para referirse a la capacidad preventiva de los medios, Periodismo Preventivo. Aunque la propuesta del PdP tiene puntos comunes con el Periodismo Preventivo formulado por el (Ippai), entre ambas conceptualizaciones también hay diferencias -o al menos disparidades concretas-, por lo que Periodismo de

Prevención parece una denominación más amplia y adecuada en este caso. Amplia porque, frente al Periodismo Preventivo –centrado en grandes crisis y conflictos solo en el ámbito internacional-, el PdP extiende su punto de mira a cualquier territorio, por pequeño que sea, en el que se perciban posibilidades de prevención desde la perspectiva mediática. Es decir, para el PdP lo importante no es el número o la extensión afectada por algún desastre sino la posibilidad de ayudar a alguien a evitar un riesgo. Se entiende también que se trata de una denominación más justa, en el sentido de que plantear puntos divergentes frente a la tendencia propuesta por el Ippai exige, para resultar más claros, identificar los presupuestos propios con una corriente concreta, evitando la confusión de cada uno de estos dos postulados. Finalmente, Periodismo de Prevención semeja un concepto más adecuado al planteamiento que aquí se propone, precisamente por ser la amplitud lo que define a este enfoque.

En esta línea, una de las principales funciones de los medios de comunicación, el periodismo y por tanto los periodistas es la de informar; una tarea que –teniendo en cuenta sus recursos y posibilidades- se entiende también como un deber a favor del bien social, tal y como ya se ha expuesto. Si informar es una obligación de los medios, hacerlo desde una perspectiva de prevención que contribuya, en la medida de lo posible, a solventar potenciales circunstancias desagradables antes de que estas se produzcan se presenta entonces como una actividad informativa con evidentes repercusiones éticas (Diezhandino, Marinas y Watt, 2002: 9).

De modo similar al periodismo de servicio, el Periodismo de Prevención trata también de aportar algo útil a la cotidianeidad del lector o usuario de esa información. Es decir, no consiste en la mera descripción de hechos ocurridos –en el periodismo generalista se impone que estos sean próximos y recientes para entrar en el temario diario- sino que su objetivo es otro: ayudar al destinatario de esos datos precisamente a través de la publicación de los mismos a tomar decisiones o a actuar ante determinadas circunstancias. Esta ayuda se persigue, en esta modalidad, por medio de la difusión de informaciones que permitan anticiparse a potenciales situaciones de peligro, conflicto o inestabilidad en un determinado ámbito territorial.

En un trabajo sobre el papel de la información pública como parte de la educación integral para reducir desastres en Costa Rica, Sandra Salazar explica que “las estrategias de comunicación social pueden convertirse en un disparador de la organización y la preparación si estas se conciben ampliamente en la planificación nacional para desastres”

(1994). La autora vincula además el desarrollo de un país y la mitigación o atención de desastres con la prevención. Según sus argumentos, que aquí se comparten, “la improvisación en el intercambio de información al atender un desastre genera confusión tanto en los emisores como en los receptores” (Salazar, 1994). Por tanto, Salazar reafirma la utilidad práctica –pero también ética- del periodismo en su vertiente de prevención frente a su perspectiva descriptiva, generalizada en la cobertura de desastres.

Con la convicción general de que el periodismo sobrevivirá, María del Pilar Diezhandino sostiene que “lo que va a caracterizar al nuevo periodismo es su valor añadido, diferencial, respecto de la información en dosis masivas a la que hoy se puede acceder solo a través de una pantalla” (2012: 45). En esta meta ética, el Periodismo de Prevención puede jugar también un papel crucial. De hecho, Diezhandino identifica este valor añadido precisamente con la capacidad de guiar, orientar y en buena medida, hacer prospecciones (2012: 49). Esto ayudará a impedir que el periodismo se devalúe, una condición que, de cumplirse, hará que esta profesión tenga futuro sea cual sea el soporte (Edo, 2009: 11).

De acuerdo con Bettetini y Fumagalli, “la información y las conexiones de red resaltan un problema que ya se había dado a conocer con el nacimiento de la imprenta: la cantidad de noticias no es suficiente, es necesario tener un recorrido, una guía” (2001: 23). Pero además de por su carácter ético, el PdP se define también por la anticipación. El concepto de anticipación suele vincularse, en la investigación periodística a la cobertura de desastres, especialmente de tipo natural. Por ello, se trata de una cuestión estudiada sobre todo en América Latina, donde son más frecuentes este tipo de situaciones. Así, en una publicación editada a modo de manual sobre la gestión del riesgo de desastres, Carlos Morales señala que, como servicio público, la responsabilidad de los medios comienza “desde la urgente necesidad de generar conciencia sobre las acciones preventivas” (2006).

Es decir, es en la etapa de prevención –por tanto de modo anticipador- cuando “se podrá tener mayores elementos para ofrecer información sobre lo que son las amenazas y las poblaciones más vulnerables a cada una de ellas, facilitando al público datos que le permitan prepararse” (2006: 2). Para el Ippai, anticiparse significa dominar la posible crisis o conflicto a tratar, informar de lo que va a encender dicha crisis o conflicto y dominar la región o país en la que se va a desarrollar (Bernabé, 2007: 29). Normalmente, los desastres no ocurren si no existen unas condiciones de riesgo previas, sean estas conocidas o no. Partiendo de esta base, que refrendan investigadores como Obregón, Arroyave y Barrios (2010: 108), la literatura sobre esta cuestión presta especial atención

a aspectos como la vulnerabilidad o la amenaza. Pero sobre todo, la revisión bibliográfica al respecto demuestra que una de las principales actuaciones que preocupa a los investigadores sobre el papel de los medios ante catástrofes es precisamente la gestión del riesgo de desastres, que en muchos casos se denomina GRD. Así, los tres estudiosos citados ahora definen esta operación como un proceso tendente a “la reducción y atención, o la previsión y control permanente del riesgo de desastre en la sociedad, en consonancia e integrada al logro de pautas de desarrollo humano, económico, ambiental y territorial sostenibles” (2010: 110).

Para el Periodismo de Prevención la gestión del riesgo más importante es la que se realiza con antelación y que Obregón, Arroyave y Barrios entienden como un proceso que prevé un riesgo que podría materializarse asociado con nuevos procesos de desarrollo y “tomando medidas necesarias para que no surjan nuevas condiciones de riesgo. Debe verse como un componente integral de la planificación del desarrollo que evita (hasta donde sea posible) la aplicación futura de medidas correctivas” (2010: 110). Se trata, esta última, de la gestión prospectiva.

El concepto de anticipación no se encuentra en las sistematizaciones de los criterios de noticiabilidad manejados por los medios de comunicación. Por tanto, el Periodismo de Prevención tal y como aquí se plantea, marcado por el adelantamiento a las circunstancias, convierte en valores noticia criterios hasta ahora dejados al margen. Sin dejar de prestarles atención, esta modalidad va más allá de los cánones generalmente aceptados para discernir lo que es o no noticia, es decir, lo que se publica o no y lo que, por tanto, llegará o no a conocer el ciudadano (Moreno, Rovetto y Buitrago, 2007).

El PdP supone y exige, entonces, una revisión de los valores noticiosos clásicos. Se trata de una reconsideración, la que aquí se propone, que se viene demandando también con sus propias particularidades desde otras tendencias, como es el caso del Periodismo Sanitario, sobre el que se señala que para que cumpla su papel educador: “es necesario ir más allá de lo que es noticia según los criterios meramente periodísticos –más allá de los valores noticia– y ofrecer informaciones en profundidad, contrastadas, comentadas y valoradas, que ayuden al público a tomar decisiones que mejoren su salud” (Camacho, 2009: 830). En definitiva, esta corriente puede definirse como aquella práctica periodística que, a través de una actitud consciente por parte de los periodistas y los medios, busca aproximarse a la cotidianidad del lector a través de la publicación de

información de carácter útil que permita una adecuada gestión de riesgos en su entorno próximo.

6. Método

Este estudio parte del interés por conocer si en la prensa editada en Galicia con periodicidad diaria se practica el Periodismo de Prevención. Como segunda finalidad, el análisis aquí realizado se propone convertirse en una llamada de atención sobre las características, particularidades y fines de esta tendencia periodística. Así, se plantearon tres hipótesis y una serie de preguntas exploratorias.

Hipótesis 1: El Periodismo de Prevención posee escasa representación en los medios de comunicación editados con periodicidad diaria. Este apartado hace referencia al aspecto cuantitativo de lo publicado. Se estudia la presencia de esta perspectiva periodística.

Hipótesis 2: Temáticamente, los riesgos para la salud son el asunto predominante en el discurso periodístico de prevención. En este caso, se analiza el contenido temático del PdP, es decir, los asuntos que componen su discurso.

Hipótesis 3: El PdP se publica de modo destacado desde el punto de vista formal. En esta tercera hipótesis, se atiende el modo en que se publica, a nivel formal, el contenido de prevención.

A la hora de abordar estos problemas de investigación, se optó por el análisis de contenido como metodología de estudio. Se trata de un enfoque de investigación “específico” y “empleado con frecuencia en todas las áreas relacionadas con los medios” (Wimmer y Dominick, 1996: 169). La selección de la muestra de estudio quedó conformada por los diarios: *El Correo Gallego*, *La Voz de Galicia*, *Faro de Vigo*, *La Región*, *El Progreso*, *Diario de Pontevedra*, *Diario de Arousa*, *Diario de Ferrol*, *El Ideal Gallego*, *Diario de Bergantiños*, *Atlántico Diario* y *La Opinión de A Coruña*. La muestra suma, en conjunto, 29 ediciones diferentes por cada día de estudio. Estos periódicos fueron revisados durante 14 meses. Se recuperaron, en concreto, los ejemplares correspondientes a las siguientes fechas: 14 de noviembre de 2012, 15 de noviembre de 2012, 15 de diciembre de 2012, 15 de enero de 2013, 15 de febrero de 2013, 15 de marzo de 2013, 15 de abril de 2013, 15 de mayo de 2013, 15 de junio de 2013, 15 de julio de 2013, 15 de agosto de 2013, 15 de septiembre de 2013, 15 de octubre de 2013, 15 de diciembre de 2013. Cabe matizar que

la primera intención de esta investigación consistía en analizar cada uno de los diarios publicados en Galicia el día 15 de cada mes durante el año 2013. Con esta determinación, se pretendía, partiendo de una muestra aleatoria, contar con un volumen de material lo suficientemente representativo del fenómeno objeto de estudio. Según estos parámetros, esa primera selección quedaba conformada del siguiente modo:

- Dos lunes: 15 abril y 15 de julio
- Dos martes: 15 de enero y 15 de octubre
- Un miércoles: 15 de mayo
- Un jueves: 15 de agosto
- Tres viernes: 15 de febrero, 15 de marzo y 15 de noviembre
- Un sábado: 15 de junio
- Dos domingos: 15 de septiembre y 15 de diciembre

Sin embargo, con el objetivo de obtener la misma representatividad por cada día de la semana, se decidió posteriormente ampliar esta muestra a 14 días, sumados dos de los meses de noviembre y diciembre de 2012. De este modo, se eliminó un viernes de 2013 (había 3) y se optó por introducir un miércoles, un jueves y un sábado más de la tercera semana de noviembre y diciembre de 2012. En concreto, se eligieron el miércoles 14 de noviembre de 2012 (es el más cercano al 15), el jueves 15 de noviembre de 2012 y el sábado 15 de diciembre de 2012. A nivel temporal, la muestra final quedó conformada, entonces, del siguiente modo:

- Dos lunes: 15 abril y 15 de julio de 2013
- Dos martes: 15 de enero y 15 de octubre de 2013
- Dos miércoles: 15 de mayo de 2013 y 14 de noviembre de 2012
- Dos jueves: 15 de agosto de 2013 y 15 de noviembre de 2012
- Dos viernes: 15 de febrero y 15 de marzo de 2013 (se eliminó el 15 de noviembre, por contar con mayor representación de este mes correspondiente a 2012)
- Dos sábados: 15 de junio de 2013 y 15 de diciembre de 2012
- Dos domingos: 15 de septiembre y 15 de diciembre de 2013

Por, tanto, se analizaron 406 ejemplares (29 ediciones por 14 días) y más de 30.000 unidades informativas. Una vez se determinó el material de análisis, se inició la fase de identificación de aquellas unidades informativas que podían vincularse a la tendencia Periodismo de Prevención y de la catalogación de estas unidades resultó el universo de estudio definitivo al que se aplicó el análisis de contenido propuesto. A la hora de discernir, en cada uno de los periódicos analizados, si una información podía considerarse o no como PdP, se tomaron en cuenta criterios de identificación concretos. Así, pertenecieron al PdP, los contenidos que: A. Se derivaron de una intención evidente del periodista por tomar posición respecto al bienestar del público. B. Incidieron desde una perspectiva de vigilancia o control, en elementos de riesgo. C. Valoraron la existencia de protocolos y su idoneidad. D. Llamaron la atención sobre asuntos que solían causar situaciones de riesgo. E. En el caso de derivarse de un suceso reciente, no se redujeron al mero relato de esos hechos sino que avanzaban en su comprensión proponiendo soluciones útiles. F. Guías: ofrecieron indicaciones. G. Buscaron, de manera clara e inequívoca, anticipar, avisar, alertar o posicionar al lector. Una vez aplicados estos criterios en la revisión íntegra de los 406 ejemplares seleccionados y 30.000 unidades informativas, se logró identificar un total de 150 unidades informativas que respondían a criterios de Periodismo de Prevención. Su estudio en detalle se llevó a cabo mediante un análisis de contenido para el que se utilizó como instrumento de codificación un codebook compuesto por las siguientes variables: presencia, temática, página, extensión y ubicación.

7. Resultados

Los resultados derivados de esta investigación se exponen atendiendo al orden de hipótesis planteado en la metodología.

Hipótesis 1: El Periodismo de Prevención posee escasa representación en los medios de comunicación editados con periodicidad diaria. Para testar esta hipótesis se ha comparado el número de unidades de Periodismo de Prevención (150) con el número de ejemplares y con el número de unidades informativas totales. Del recuento realizado se obtuvieron los siguientes datos. En el total de cabeceras analizadas fueron contabilizadas 31.545 unidades informativas, oscilando entre las 8.515 unidades de *La Voz de Galicia* y las 1.518 de *La Región*. Estos datos mostraron que el número de unidades de PdP halladas

es muy bajo (150) ya se compare con el total de unidades (31.545) o con el número de ejemplares (406). En el primer caso, la proporción no alcanzó ni el 1% de las unidades totales, siendo el número aproximado de 4,8 por cada 1.000 unidades analizadas. Esta proporción fue (aunque muy desigual) muy baja en todas las cabeceras. Así, los periódicos en que proporcionalmente hubo más unidades de PdP fueron *Diario de Pontevedra* (1,41%) y *El Progreso* (1,18%). En el resto no se alcanza un 1% de unidades de PdP. Si se comparan las unidades de PdP con el número de ejemplares analizados se observa que no se alcanzó ni una unidad (150) por ejemplar (406). Es decir, aproximadamente hay que leer casi tres ejemplares para poder encontrar una unidad de PdP (la media exacta es 2,71). Por lo tanto esta hipótesis queda confirmada, ya que las unidades de PdP halladas fueron una minoría (150) tanto en comparación con los ejemplares (406) como con el total de unidades (31.545).

Hipótesis 2: Temáticamente, los riesgos para la salud son el asunto predominante en el discurso periodístico de prevención. Este segundo apartado se enfoca en los aspectos temáticos de lo publicado. Hace referencia al qué se publica. Se observa que el de prevención es un periodismo centrado, temáticamente, en los riesgos vinculados a la salud, un asunto presente en el 36,7% de las informaciones. Seguridad personal y laboral conforma el segundo asunto cuantitativamente más presente en las informaciones de prevención (21,3%) que si bien abordaron problemáticas relativas a infraestructuras o servicios públicos no tienen en cuenta todavía aspectos novedosos como las nuevas tecnologías o riesgos asociados a accidentes en el mar o en el trabajo agrícola.

Temática	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Salud	55	36,7
Seguridad personal/laboral	32	21,3
Infraestructuras/servicios públicos	22	14,7
Medioambiental	14	9,3
Económica /financiera	8	5,3
Entorno doméstico/ familiar	6	4,0
Entorno físico/clima	5	3,3
Marítima	5	3,3
Agroganadera	3	2,0
Deporte	0	0,0
Nuevas tecnologías	0	0,0
Otra	0	0,0
Suma (Σ)	Σ :150	Σ :100%

Tabla I. Temática: frecuencia y porcentaje. Elaboración propia.

Hipótesis 3: El PdP se publica de modo destacado desde el punto de vista formal. En esta tercera hipótesis, se aborda el modo en que se publica, a nivel formal, el contenido de prevención. Un indicador ya visto fue la propia cantidad de informaciones, muy escasa. Pero en periodismo no importa solo la cantidad sino que existen otros criterios de calidad que se relacionan directamente con el interés del medio en una determinada temática. Se trata por ejemplo de la ubicación de los contenidos en las páginas, de modo que la portada sería la página que resume los principales datos, seguida de la última, que sean varias dedicadas a un mismo asunto, que sea impar o, finalmente, que sea par.

En este sentido, se observó cómo en las páginas consideradas menos visibles del periódico –las pares- se publicaron la mitad de estas informaciones. Sin embargo, al sumar la presencia de este tipo de contenido en las páginas más visibles o de mayor jerarquización de la información –portada, última o varias- se alcanzó un 8,7%, un porcentaje que se considera significativo teniendo en cuenta la visibilidad informativa de estas posiciones, cuya función se concreta en el anuncio o desarrollo de las “grandes noticias [...] que suelen capturar la atención de los lectores” (Biselli, 2005).

Página	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Portada	6	4,0
Última	1	0,7
Varias	6	4,0
Impar	62	41,3
Par	75	50,0
Suma (Σ)	$\Sigma:150$	$\Sigma:100\%$

Tabla II. Página: frecuencia y porcentaje. Elaboración propia.

Respecto a la ubicación, se confirmó que cuando aparecen estas unidades de PdP, se destacaban también en la posición en la propia página. De este modo, el 34% de los casos ocupa una página completa. Del mismo modo, se publicaron a cinco columnas y en la zona norte de la página (rectángulo superior) un 18% y en la sur (rectángulo inferior) un 13,3%. Se trata por tanto de las tres ubicaciones más frecuentes, con 98 casos. Los 52 restantes se repartieron en las otras siete posibles ubicaciones.

Ubicación	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Varias	6	4,0
Página	51	34,0
RS	27	18,0
RI	20	13,3
R1	4	2,7
R2	12	8,0
CS1	16	10,7
CS2	10	6,7
CI1	0	0,0
CI2	4	2,7
Suma (Σ)	Σ :150	Σ :100%

Tabla III. Ubicación: frecuencia y porcentaje. Elaboración propia.

Notación. 1: RS (Rectángulo superior de la página par o impar), RI (Rectángulo inferior de la página par o impar), R1 (Rectángulo izquierdo de la página par o rectángulo derecho de la página impar), R2 (Rectángulo derecho de la página par o rectángulo izquierdo de la página impar), CS1 (Cuadrado superior izquierdo de la página par o cuadrado superior derecho de la página impar), CS2 (Cuadrado superior derecho de la página par o cuadrado superior izquierdo de la página impar), CI1 (Cuadrado inferior izquierdo de la página par o cuadrado inferior derecho de la página impar) y CI2 (Cuadrado inferior derecho de la página par o cuadrado inferior izquierdo de la página impar).

Relacionada con la ubicación se encuentra la propia extensión de las unidades informativas, es decir, el espacio que se les concede en relación al índice de importancia informativa otorgada a cada asunto (Marcos, 2013: 260). En este sentido, se comprobó que la página completa y la media página fueron los tamaños más frecuentes (34% y 30,7%) mientras otros 27 casos ocuparon en torno a un cuarto de página (18%), otras 20 menos de un cuarto de página (13,3%) y 6 más de una página (4%).

Una vez finalizado el análisis de PdP en los 406 ejemplares revisados -correspondientes a las cabeceras *El Correo Gallego*, *La Voz de Galicia*, *Faro de Vigo*, *La Región*, *El Progreso*, *Diario de Pontevedra*, *Diario de Arousa*, *Diario de Ferrol*, *El Ideal Gallego*, *Diario de Bergantiños*, *Atlántico Diario* y *La Opinión de A Coruña* y fechados entre noviembre de 2012 y diciembre de 2013- y habiendo demostrado la

veracidad de la mayoría de las hipótesis planteadas se ofrecen a continuación las aportaciones más relevantes de esta tesis doctoral, a modo de conclusiones:

En primer lugar, el PdP cuenta todavía con una escasa presencia en los periódicos editados con periodicidad diaria en Galicia. Encontrar unidades informativas que respondan a criterios de prevención en estas cabeceras es una tarea compleja que requiere la lectura de cerca de tres ejemplares completos para el hallazgo de un solo contenido de esta clase.

Desde un punto de vista temático, el PdP está centrado fundamentalmente en los riesgos vinculados a la salud así como en aspectos relativos a la seguridad personal o laboral. Asuntos actuales como las nuevas tecnologías y el deporte no forman parte, por el momento, del temario de prevención.

Asimismo y pese a ser cuantitativamente poco importante, el PdP se publica de manera destacada en cuanto a sus características formales. Con su inclusión en posiciones visibles tanto dentro del propio periódico como de la página y en unidades informativas de gran extensión, los medios demuestran interés en esta perspectiva periodística.

En definitiva, el Periodismo de Prevención supone una propuesta para la atención anticipada del riesgo por parte de medios y periodistas.

8. Referencias bibliográficas

- Alfie, Miriam & Méndez, Luis (2000), “La sociedad del riesgo: amenaza y promesa”, *Sociológica*, 43, 173-201. [11 de enero de 2015]
<http://www.revistasociologica.com.mx/pdf/4308.pdf>
- Beck, Ulrich (1998/Trad.), *La sociedad del Riesgo. Hacia una nueva Modernidad*, Barcelona: Paidós.
- Biselli, Rubén (2005), “La portada de La Nación como dispositivo discursivo. La Trama de la Comunicación”, 10. [10 de enero de 2015]
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323927060020>
- Bernabé, Javier (2007), *Periodismo Preventivo. Otra manera de informar sobre las crisis y los conflictos internacionales*, Madrid: Los Libros de la Catarata.
- Bettetini, Gianfranco & Fumagalli, Armando (2001), *Lo que queda de los medios: ideas para una ética de la comunicación*, Navarra: Eunsa.
- Camacho, Idoia (2009), “La ‘gripe A’, en la prensa española”, *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 827-843. [12 de marzo de 2013]
http://www.revistalatinacs.org/09/art/865_Bilbao/66_92_Idoia_Camacho.html

- Casals, María Jesús (2005), *Periodismo y sentido de la realidad*, Madrid: Editorial Fragua.
- Diezhandino, Pilar (1994), *Periodismo de Servicio: la utilidad como complemento informativo en Time, Newsweek y U.S. News and World Report, y unos apuntes del caso español*, Barcelona: Bosch.
- Diezhandino, Pilar (2012-coord.), *El periodista en la encrucijada*, Madrid: Fundación Telefónica. [18 de febrero de 2015]
http://portal.uc3m.es/portal/page/portal/grupos_investigacion/paseet/investigacion/el_periodista_en_la_encrucijada/el_periodista_en_la_encrucijada.pdf
- Diezhandino, Pilar, Marinas, José Miguel & Watt, Ninfa (2002), *Ética de la comunicación, problemas y recursos*, Madrid: Edipo.
- Edo, Concha (2009), *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de internet en la noticia, las fuentes y los géneros*, Salamanca: Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones.
- Marcos, María (2013), *La imagen de Zamora en la prensa nacional. Análisis cuantitativo de las noticias*, Valladolid: Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación. [8 de enero de 2015]
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/3040/1/ImagenZamoraPrensaNacional.pdf>
- Martín Algarra, Manuel (1993), *La comunicación en la vida cotidiana. La fenomenología de Alfred Schütz*, Pamplona: Eunsa.
- McQuail, Denis & Windahl, Sven (1989) (2ª), *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*, Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- Morales, Carlos. (2006), *Periodistas por la gestión del riesgo de desastres*, Costa Rica: CRID. [8 de abril de 2013] <http://www.cridlac.org/digitalizacion/pdf/spa/doc16646/doc16646.htm>
- Moreno, Amparo, Rovetto, Florencia & Buitrago, Alfonso (2007), *¿De quién hablan las noticias? Guía para humanizar la información*, Barcelona: Icaria.
- Obregón, Rafael, Arroyave, Jesús & Barrios, Marta (2010), “Periodismo y comunicación para la gestión de riesgo en la subregión andina: discursos periodísticos y perspectivas para un enfoque prospectivo y preventivo”, *Folios*, 23, 105-135. [8 de agosto de 2012]
<http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/viewFile/11787/10715>.
- Piñuel, José Luis, Gaitán, Juan Antonio & Lozano, Carlos (2013), *Confiar en la prensa o no. Un método para el estudio de la construcción mediática de la realidad*, Salamanca: Ed. Comunicación Social.
- Román Portas, Mercedes. (2000), “Aspectos metodológicos de la historia de la comunicación”, *Ambitos*, 5, 119-128. [13 de septiembre de 2014]
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16800505>
- Salazar, Sandra. (1994), “La información pública como parte de la educación integral para reducir los desastres”, *Conferencia Interamericana sobre Reducción de los*

Desastres Naturales del Sistema Nacional para la prevención y atención de desastres de Colombia, Cartagena de Indias, 21-24 de marzo. [8 de febrero de 2013]
<http://desastres.usac.edu.gt/documentos/pdf/spa/doc5095/doc5095-contenido.pdf>

- Tallón, José (1992), *Lecciones de empresa informativa*, Madrid: Ediciones Ciencias Sociales.
- Wimmer, Roger & Dominik, Joseph (1996), *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*, Barcelona: Bosch.