



Contacto: Gema Lloret

Correo electrónico: gema.lloret@gpscom.com /91 531 55 30

El 70% de las noticias analizadas ofrecen una imagen positiva de la empresa

La información sobre RSC aumenta su presencia en la prensa española

El informe “La Responsabilidad Social Corporativa en la prensa española”, fruto de un análisis de la información publicada en nueve diarios, constata la creciente atención hacia este tema, al tiempo que detecta falta de crítica respecto a las informaciones remitidas por las empresas.

Madrid, 15 de marzo de 2007.- Fundación Chandra y Ecología y Desarrollo (ECODES) han presentado hoy el **Informe “La Responsabilidad Social Corporativa en la prensa española”**, resultado de una investigación sobre la información publicada en nueve diarios españoles –El País, El Mundo, ABC, Cinco Días, Expansión, La Vanguardia, El Periódico de Catalunya, El Correo Vasco y DEIA- entre octubre de 2005 y febrero de 2006.

El estudio, llevado a cabo en colaboración con las universidades Complutense y Carlos III de Madrid, revela la creciente atención hacia la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) por parte de la prensa española, especialmente en los diarios económicos donde se publicaron el 51% de las 453 noticias publicadas en este período.

El hecho de que la prensa económica dedique secciones específicas a la RSC o a utilizar estas siglas en los titulares, está ayudando a que el término sea cada vez más conocido. **Los periodistas entienden cada vez mejor de qué se habla cuando se menciona la RSC** y tienden a ser más selectivos con respecto a la información que reciben sobre la materia.

El 30% de las noticias publicadas en este período estaban relacionadas con eventos sobre RSC organizados por las empresas, por lo que éstas condicionan una parte importante de la agenda de la información sobre Responsabilidad Social.

Esta relación directa entre la información enviada por las empresas y las noticias publicadas también se observa al analizar las fuentes utilizadas por el periodista. **En el 60% de las noticias sólo se consulta a una fuente de información y en el 42% la fuente procede de la esfera empresarial.** Además, dentro de la empresa, son los directivos quienes responden a las consultas de los periodistas.

Otros actores como las ONG, universidad, administración pública y organismos internacionales quedan en la sombra y no aparecen en más del 10% de las noticias.

Ausencia de crítica en la información

A la hora de hablar sobre RSC, el término "irresponsabilidad" es prácticamente inexistente. **Las empresas aparecen con una imagen "responsable" en el 70% de la información analizada**, y sólo en un 8% aparecen como "irresponsables".

De ahí que las noticias no planteen, en términos generales, tensión o divergencias. Opiniones enfrentadas en la información sólo aparecen en un 12,4% de las noticias, a pesar de que el propio término RSC puede generar intensos debates entre profesionales de diferentes sectores -empresa, ONG, universidad, administración pública.

En un encuentro llevado a cabo el pasado mes de junio con expertos y profesionales de la información para analizar los datos de esta investigación, periodistas y académicos ya mostraban su desacuerdo con esa "cara amable" que las empresas tratan de transmitir de forma constante en sus notas de prensa.

"A los ciudadanos también les gusta oír cuando las empresas reconocen que se equivocan", señala Juan Benavides, catedrático de Comunicación Audiovisual en la Universidad Complutense de Madrid y asesor de esta investigación.



Por ello, el informe propone una mayor diversificación de las fuentes de información para combatir esta ausencia de crítica en la información, un mayor cuestionamiento de las notas de prensa y una apuesta por la RSC como cuestión transversal, para que temas como las políticas laborales o las cuestiones de género comiencen a relacionarse con la Responsabilidad Social Corporativa.

El informe, impulsado por Fundación Chandra y ECODES, se engloba en un proyecto de alcance iberoamericano, en el que participan Argentina, Chile, Paraguay, Bolivia, Perú, Ecuador, España y Portugal, ha sido impulsado por la Fundación AVINA y ANDI.

Acerca de Chandra

La Fundación Chandra nace en 1999 con el objetivo de promover las nuevas tecnologías en beneficio de las organizaciones sociales. Cuenta con tres proyectos hoy líderes en el tercer sector: www.canalsolidario.org, periódico digital de información social; www.solucionesong.org, espacio para compartir el conocimiento sobre la gestión de las organizaciones; y www.hacesfalta.org, portal para la promoción del voluntariado.

Para más información, puedes visitar www.fchandra.org

Acerca de ECODES

Ecología y Desarrollo fue fundada en 1992 para contribuir al objetivo de alcanzar un modelo de desarrollo más sostenible. Para ello desarrolla proyectos demostrativos que buscan cambiar el modelo actual de producción y consumo mediante alternativas que sean ecológicamente sostenibles, socialmente justas y económicamente viables, tanto en España como en América Latina.

Para más información, puedes visitar www.ecodes.org

Acerca de AVINA

AVINA es una organización fundada en 1994 por el empresario suizo Stephan Schmidheiny que busca la asociación con líderes de la sociedad civil y del empresariado para lograr el desarrollo sostenible en América Latina. En la actualidad cuenta con 24 oficinas en el continente y está asociada a más de 1.000 líderes sociales y del empresariado comprometidos con el Desarrollo Sostenible.

Para más información, puedes visitar www.avina.net

