



# La comunicación del cambio climático, una herramienta ante el gran desafío

**Edición**

**DANIEL RODRIGO-CANO  
ROSALBA MANCINAS-CHÁVEZ  
ROGELIO FERNÁNDEZ-REYES**



La comunicación del cambio climático, una  
herramienta ante el gran desafío

La comunicación del cambio climático, una  
herramienta ante el gran desafío

**Editores**

Daniel Rodrigo-Cano  
Rosalba Mancinas-Chávez  
Rogelio Fernández-Reyes

Dykinson, 2021

# LA COMUNICACIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO, UNA HERRAMIENTA ANTE AL GRAN DESAFÍO

Diseño de cubierta y maquetación: Daniel Rodrigo-Cano

© de los textos: los autores

© de la presente edición: Dykinson S.L.

Madrid - 2021

**ISBN 978-84-1377-643-9**

NOTA EDITORIAL: Las opiniones y contenidos publicados en esta obra son de responsabilidad exclusiva de sus autores y no reflejan necesariamente la opinión de Dykinson S.L ni de los editores o coordinadores de la publicación; asimismo, los autores se responsabilizarán de obtener el permiso correspondiente para incluir material publicado en otro lugar.

# Índice

- 9** **María García Fuente** PRÓLOGO
- 17** **Francisco Heras Hernández**  
1.- COMUNICAR LOS RIESGOS DERIVADOS DEL CAMBIO CLIMÁTICO Y LAS RESPUESTAS DE ADAPTACIÓN
- 54** **Gemma Teso**  
3. LOS MOVIMIENTOS SOCIALES JUVENILES ANTE LA EMERGENCIA CLIMÁTICA Y LA COMUNICACIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO
- 121** **Rogelio Fernández-Reyes**  
5. LA COMUNICACIÓN DE LA CRISIS CLIMÁTICA EN TIEMPOS DE CRISIS SANITARIA
- 181** **Daniel Rodrigo-Cano, Rosalba Mancinas-Chávez, y Noelia Ruiz-Alba**  
7. PERIODISMO ESPECIALIZADO EN CAMBIO CLIMÁTICO EN ESPAÑA: BALLENA BLANCA
- 222** **Núria Almiron y José A. Moreno**  
9. THINK TANKS NEOLIBERALES Y FALSOS DEBATES: LA PROPUESTA DEL IMPUESTO A LA CARNE PARA COMBATIR LA CRISIS CLIMÁTICA
- 269** **Mónica Arto Blanco, Miguel Pardellas Santiago, y Pablo Ángel Meira Cartea**  
11. LA SOCIEDAD ESPAÑOLA ANTE LA EMERGENCIA CLIMÁTICA: COGNICIÓN, EMOCIÓN Y ACCIÓN
- 315** **José Manuel Gutiérrez Bastida y Paula Pérez Carrillo**  
13. EsEnRED 2.0, ESCUELAS POR LA SOSTENIBILIDAD
- 36** **Eloisa B. Loose, Cláudia H. de Moraes, y Carine Massierer**  
2. COMUNICAÇÃO DE RISCOS E DESASTRES VERSUS COMUNICAÇÃO PARA MITIGAÇÃO E ADAPTAÇÃO.
- 105** **Álex Fernández Muerza y M. Josep Picó**  
4. LOS NUEVOS ENCUADRES CLIMÁTICOS ANTE LA COVID-19. EL CASO DE LOS PROGRAMAS DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA DE EITB
- 163** **Ilza Maria Tourinho Girardi, Débora Gallas Steigleder, y Nicoli Sturmer Saft**  
6. O JORNALISMO AMBIENTAL COMO AGENTE DA MUDANÇA DE PENSAMENTO NO CONTEXTO DA EMERGÊNCIA CLIMÁTICA
- 206** **Bienvenido León y M. Carmen Erviti**  
8. LA COMUNICACIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO EN REDES SOCIALES: FORTALEZAS Y DEBILIDADES
- 249** **Maite Mercado**  
10. LA ATENCIÓN MEDIÁTICA AL ASUNTO ENERGÉTICO EN LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO
- 293** **Gema Alcañiz, Andreu Escrivà, y Olga Mayoral**  
12. PERCEPCIONES, IDEAS ALTERNATIVAS Y SESGOS SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO EN EL FUTURO PROFESORADO
- 337** EPÍLOGOS  
**Jonathan Gómez Cantero**  
**Mar Gómez**  
**José María Montero**  
**Isabel Moreno**

## INTRODUCCIÓN

---

Estas líneas se acaban de escribir mientras el Informe del Panel Intergubernamental del Cambio Climático (IPCC) indica que los grandes cambios climáticos son inevitables e irreversibles y, con todo, hay que esforzarse para lograr un planeta habitable para los seres vivos en general y el ser humano (causante del calentamiento global) en particular.

En los meses de redacción de esta publicación, en el Observatorio de Mauna Loa, se marcó el nivel histórico de CO<sub>2</sub> alcanzando hasta las 421,21 partes por millón, una cantidad que no se había alcanzado en los últimos 800.000 años (Lüthi et al, 2008).

La comunicación de los efectos del cambio climático es imprescindible, pero más necesario es conocer las soluciones para la mitigación y la adaptación al mismo. En este camino, un grupo de más de 34 investigadoras e investigadores de España y Brasil se han arremangado con la intención de exponer los avances en la comunicación del cambio climático como una herramienta ante este gran desafío. Además de científicas y científicos de la comunicación del cambio climático, cuatro comunicadoras y periodistas en activo se han acercado hasta esta publicación para poner voz a los profesionales que cada día cuentan cómo nos afecta el cambio climático.

La comunicación juega un papel crucial en el reconocimiento del reto del cambio climático y en la sensibilización del origen antropogénico del mismo, mediando entre la ciencia y la sociedad. Los medios de comunicación de masas están reconocidos como instrumentos decisivos no solo en la tarea de información a la sociedad, sino como promotores del debate global y actores fundamentales para la formación del imaginario que la ciudadanía tiene sobre el fenómeno (Meira et al, 2013).

Con la intención evidente de colaborar y hacer frente a este gran desafío para el ser humano, las investigadoras e investigadores nos detallan y ponen en valor el papel fundamental de la comunicación como eje para dar a conocer las consecuencias de no actuar y los beneficios de la acción climática como veremos a lo largo de los siguientes capítulos.

En primer lugar, **María García Fuente**, presidenta de la Asociación de Periodistas de Información Ambiental (APIA) realiza un recorrido desde las primeras noticias sobre el cambio climático y la importancia de la comunicación del mismo como elemento imprescindible para que la ciudadanía sea consciente de la gravedad del problema y reivindique cambios que lleven a soluciones. Reclama el papel de los y las periodistas, poniendo el acento también en un colectivo más que necesario: las educadoras ambientales y añade como modelo las reivindicaciones de los movimientos juveniles que se agrupan bajo el epígrafe de *Fridays for Future*.

En el siguiente capítulo, **Paco Heras** explica la función de la comunicación en la percepción social de los riesgos del cambio climático, bajo la convicción de que la percepción del riesgo se construye socialmente y es necesario que la comunicación encuentre un espacio entre la indiferencia y la sobre-reacción. Para ello parte de la diferencia entre las dos estrategias de respuesta humana ante el cambio climático: la mitigación, que actúa sobre las causas y la adaptación, que responde a las consecuencias.

Las investigadoras **Eloisa Loose**, **Claudia de Moraes** y **Carine Massierer** analizan diversas aproximaciones teóricas para avanzar ante el cambio climático y las referencias a la comunicación de la mitigación y la adaptación. El objetivo es diferenciar entre los estudios que se elaboran desde la perspectiva de la comunicación de riesgos y los que lo hacen frente al cambio climático, tanto en términos de mitigación como de adaptación.

La comunicación del cambio climático se realiza desde diferentes canales, así en esta publicación se hace referencia a la televisión, como es el caso del capítulo de **Gemma Teso**, que expone la cobertura de

esta respecto a los movimientos sociales juveniles. También **M. Josep Picó y Alex Fernández-Muerza** hacen un recorrido sobre la cobertura climática ante la Covid-19 en la televisión autonómica vasca.

De la prensa escrita, se encarga **Rogelio Fernández-Reyes**, que aporta un análisis cuantitativo y cualitativo de la cobertura del cambio climático en prensa de referencia en España (El País, El Mundo, La Vanguardia y Expansión) a lo largo del año 2019 y lo compara con 2020. El objetivo es comprobar el desplazamiento mediático del tema por la crisis del coronavirus. Las fuentes principales para su análisis son los datos de MeCCO (Media Climate Change Observatory) y los resúmenes mensuales publicados en ReCambia (Ladecom).

El periodismo ambiental es una referencia para esta comunicación sobre el cambio climático, como queda patente en el capítulo de **Ilza Tourinho, Débora Gallas y Nicoli Sturmer**. Y un buen ejemplo de cómo se realiza un periodismo ambiental en un medio independiente es el caso de Ballena Blanca que recogen **Daniel Rodrigo-Cano, Rosalba Mancinas-Chávez y Noelia Ruiz-Alba**.

Las redes sociales se han convertido en una potente herramienta comunicativa, especialmente entre los jóvenes. Y es precisamente esa potencialidad lo que hace que tengan fortalezas y debilidades, como explican **Bienvenido León y M. Carmen Erviti** en su capítulo.

**Núria Almirón y Jose A. Moreno** abordan el papel de los *think-tanks* en el falso debate del impuesto a la carne en Europa. El estudio se presenta desde una perspectiva crítica de la comunicación con la explotación de los animales para beneficio de los humanos, considerando el impacto medioambiental del consumo de carne como un efecto colateral más en este dilema ético y político.

Sobre la cobertura mediática de la energía y su vinculación con el cambio climático se encarga **Maite Mercado-Sáez**. Con varios ejemplos de portadas de prensa, argumenta que “en la cobertura periodística de la cuestión energética se echa en falta una mirada ambiental que la conecte no solo con el cambio de modelo energético



ineludible en la lucha contra el cambio climático, sino también con la más amplia transición ecológica”.

Además de la comunicación del cambio climático, y como bien recoge en el preámbulo María García, para hacer frente a ese gran desafío vamos a necesitar a todos los aliados posibles, desde la comunicación, pasando por la sociología, la economía, la educación ambiental, y para ello es necesario conocer las percepciones de la ciudadanía ante el cambio climático, así lo recogen **María Arto, Miguel Pardellas y Pablo Meira** en su capítulo en el que nos referencian a aspectos como la emoción, elemento que juega un papel fundamental en la comunicación del cambio climático. De la misma forma, **Gema Alcañiz, Andreu Escrivà y Olga Mayoral** nos recuerdan la importancia de las percepciones y los sesgos para alcanzar con éxito a los y las interlocutoras para la acción ante el cambio climático.

Comunicar el cambio climático va ser una afrenta, inicialmente a corto plazo, pero no hay que olvidar la importancia de crear resiliencia y formar una ecociudadanía consciente y con base crítica. Para ello, **José Manuel Gutiérrez y Paula Pérez**, analizan el uso que hacen las redes, centrados en la red de redes ESenRED, de las herramientas 2.0, "a fin de encontrar sus fortalezas y debilidades y ofrecer propuestas de mejora”.

El texto, finaliza con cuatro Epílogos a modo de conversatorio entre cuatro profesionales de la comunicación del cambio climático y que generan la puesta en práctica del día a día comunicativo y en pro de la acción, así **Jonathan Gómez Cantero** expone la necesidad de conocer para tratar de solucionar los problemas que nos genera el calentamiento climático. **Mar Gómez** recoge la evidencia del cambio del clima mientras que **José María Montero** recurre a la necesidad de una nueva narrativa de emergencia y finaliza **Isabel Moreno** cuestionando hacia cuál es el fin de la comunicación.

*Daniel Rodrigo-Cano*

*Rogelio Fernández-Reyes*

*Rosalba Mancinas-Chávez*