

VIII.

*Comunicación y cambio climático.  
Triangulación del discurso hegemónico  
(medios), del discurso crítico (expertos)  
y del discurso creativo (jóvenes)*

Carlos Lozano Ascencio  
Universidad Rey Juan Carlos. [carlos.lozano@urjc.es]

José Luis Piñuel Raigada  
Universidad Complutense [pinuel@ccinf.ucm.es]

Juan Antonio Gaitán Moya  
Universidad Complutense [gaitanmoya@telefonica.net ]

**Resumen**

El discurso de los medios de comunicación constituye un objeto de análisis al que habitualmente se recurre para conocer los imaginarios colectivos que las audiencias pueden compartir a propósito de los temas más recurrentes en los acontecimientos de actualidad. Por su recurrencia y relevancia, el riesgo planetario del Cambio Climático (CC) brinda un discurso que los medios convierten en hegemónico cuestionando los temas de agenda en la lucha contra el CC que asumen gobiernos, instituciones y empresas. La práctica comunicativa de los medios puede estar así contribuyendo a la generación de una «segunda realidad» superpuesta y que consiste en prestar más atención al debate sobre el CC que al origen y alternativas de solución de esta crisis ambiental.

El objetivo de la ponencia es presentar avances de resultados de una triangulación metodológica para el análisis comparativo del discurso hegemónico en informativos de TV (análisis de contenido), del discurso de expertos (Delphi y Phillips 66) y del discurso alternativo producido por jóvenes en situaciones naturales (discusiones de grupo), en situaciones de campo (encuestas on-line) y en situaciones experimentales (test de respuesta inmediata a estímulos mediáticos) como marcos de referencia para el diagnóstico cultural y el diseño de discursos eficientes para la comunicación del CC.

Las principales aportaciones de la triangulación metodológica sobre los discursos descritos nos han permitido plantear estrategias eficaces de comunicación sobre el CC para desmovilizar la incertidumbre y afrontar modelos de transición cultural.

**Palabras clave:** Medios de Comunicación. Cambio Climático. Discursos medios. Discursos expertos. Discursos alternativos.

**Abstract**

The discourse of the media is an object of analysis usually used to know collective imaginary that audiences can share about the most recurrent themes in the current happenings. Due its recurrence and relevance, the planetary risk of Climate Change (CC) provides a discourse that media converts in hegemonic, questioning the agenda items assumed by governments, institutions and companies in the fight against CC. The media communicative practice may be thus contributing to the generation of a «second reality» that is superimposed and pay more attention to the debate than to the origin of CC and alternative solutions to this environmental crisis.

The aim of the paper is to present preliminary results of a methodological triangulation for the comparative analysis of the hegemonic discourse in TV news (content analysis), of the discourse of experts (Delphi and Phillips 66) and the alternative discourse produced by youth at focus groups, in field (online surveys) and in experimental situations (test of immediate response to media stimuli) as frameworks for the cultural diagnosis and design for efficient communication of CC.

The main contributions of methodological triangulation on described discourses allowed us to propose effective communication strategies on CC to demobilize uncertainty and face cultural transition models.

**Keywords:** Media, Climate Change, Media discourses, Experts discourses, Alternative discourses.

*1. Introducción*

La imagen que las sociedades modernas tienen sobre el Cambio Climático (CC) es una representación colectiva que se alimenta de los conocimientos socialmente disponibles (científicos, culturales, etc.) y, sobre todo, de los discursos que los medios de comunicación, hoy en día, construyen a propósito de esa importante alteración del clima terrestre.

Con el paso del tiempo no sólo ha ido cambiando el clima sino que también han ido cambiando tanto el nivel de conocimientos como los encuadres o enfoques de su representación social. El CC se comenzó a interpretar como un proceso natural e inocuo que incluso se llegó a negar su existencia; también ha sido considerado como un problema asumible que podría afrontarse y resolverse con la corrección de determinados comportamientos sociales; hasta llegar a considerarlo (aquí hay más consenso científico) como el principal riesgo al que nos tenemos que enfrentar por sus variadas afectaciones ecológicas que repercuten no sólo en las sociedades, cada vez más vulnerables, sino, en el conjunto de la biosfera. En consecuencia, en la medida en que el CC se ha ido haciendo más extremo y peligroso para la estabilidad de la naturaleza y la sociedad en su conjunto, ha irrumpido como tema de referencia dominante en los flujos de las agendas públicas y mediáticas, especialmen-

te con ocasión de aquellos debates públicos concitados por las Cumbres del Clima. (Crovi y Lozano, 2010; Piñuel, 2012).

La representación social del CC en la actualidad no es una imagen homogénea ni, mucho menos, cerrada o definitiva, sino en permanente evolución y cuyos ritmos de cambio son dispares para la ciencia y la sociedad. De hecho, en otra parte comentábamos que:

el cambio de una representación social que es sustituida por otra, implica primero un riesgo, un desafío en la medida en que contradice una praxis previamente asentada por la representación sustituida. La confirmación de un éxito para ese cambio de representaciones se establece por el éxito de una praxis nueva; la nueva praxis encuentra luego una justificación posterior, además, por la confirmación de una falsedad para la representación sustituida, y de una nueva verdad (provisional), para la representación emergente, y así sucesivamente (Piñuel y Lozano, 2006: 181).

Así el CC ha llegado a convertirse en el paradigma de la sociedad del riesgo global, debido a que se trata de fenómenos de cambios meteorológicos originados por la intervención humana (antrópicos) que afectan cada vez más al medio ambiente, a la economía, a la sociedad y a la totalidad del planeta (Carvalho, 2012; Gonzalo y Farré, 2011, Lozano, 2009a). Pero su representación social aún requiere de un cambio de mentalidad para dejar de concebirlo como un fenómeno incierto que discurre con independencia de las intervenciones humanas, y llegar a ser concebido como un fenómeno ciertamente antrópico, pero conforme a los parámetros científicos de medida de probabilidades que son las únicas sometidas a la lógica de la incertidumbre.

El lector encontrará en esta comunicación los resultados de una investigación titulada: «El discurso hegemónico de los Media sobre el «Cambio Climático» (Riesgo, Incertidumbre y Conflicto) y prueba experimental con discursos alternativos entre jóvenes» Ref. CSO2010-16936. Proyecto I+D. 2010-2013. Ministerio de Ciencia e Innovación. España.

## *2. Métodos*

Esta investigación triangula metodológicamente los siguientes aspectos:

- a) El *discurso hegemónico* (informativos de TV durante las coberturas de las cumbres del clima en Cancún 2010 y Durban 2011 y también durante el periodo entre cumbres).

b) El *discurso de los expertos* (ingenieros energéticos, expertos en medio ambiente, investigadores y docentes en ciencias de la Tierra, periodistas especializados en información medioambiental, políticos y responsables de la administración territorial, educadores sociales y medioambientales, representantes de ONG's y movimientos sociales) entrevistados mediante técnica Delphi y Phillips 66.

c) El *discurso alternativo* producido por jóvenes en situaciones naturales (discusiones de grupo, elaboración de un documental y una página web en el ámbito de un proyecto de Innovación Docente en las Aulas<sup>1</sup> y encuestas on-line) así como en situaciones experimentales (producción de piezas informativas audiovisuales como actividad académica y test de respuesta inmediata a estímulos mediáticos profesionales y no profesionales).<sup>2</sup>

Si la imagen sobre el CC que tienen las sociedades modernas es una representación colectiva alimentada tanto de conocimientos socialmente disponibles (científicos, culturales, etc.), como de los relatos periodísticos que documentan, ilustran y recrean las amenazas y desgracias climáticas que se producen en cualquier latitud del planeta, los resultados triangulados de esta investigación nos permite diagnosticar y diseñar estrategias para proponer discursos eficaces y eficientes en relación con la comunicación sobre el CC.

### 3. Resultados

Muchos de los estudios recientes sobre las coberturas informativas sobre el CC (Blanco *et al.*, 2013; Boykoff, 2009; Carvalho, 2009; Díaz Nosty, 2009; Fernández, 2013; Gaitán *et al.*, 2011; Gonzalo *et al.*, 2011. Heras,

<sup>1</sup> Documental «Jóvenes frente al cambio climático» producido en el ámbito de un proyecto de innovación docente (REF: PR41/11-18352) y pagina web interactiva [www.jovenesfrentealcambioclimatico.com](http://www.jovenesfrentealcambioclimatico.com)

<sup>2</sup> Con los estudiantes de Bachillerato, de Formación Profesional (F.P.) y de primer curso de carrera universitaria, entre 18 y 25 años, se desarrollan técnicas experimentales para buscar las aportaciones a los formatos y mensajes informativos convencionales sobre el CC. Se propone un pre-test que sirve para desvelar sus pautas de uso lúdico, informativo y formativo en el ciberespacio, a la vez que su nivel de conocimiento y sensibilización respecto a la grave crisis ambiental que supone el CC.

2013. León *et al.*, 2013; Lopera, 2013; Lozano, 2013; Meira, 2013; Painter, 2012; Piñuel, 2013; Piñuel *et al.* 2012; Teso *et al.*, 2011) coinciden en el hecho de que mientras las consecuencias del CC y del calentamiento global de origen antrópico forman parte de los acuerdos científicos, los relatos que llega a la opinión pública, a través de los medios de comunicación, no reflejan esos consensos interdisciplinarios, sino más bien evidencian un discurso mediático sobre el CC, porque sus discursos atienden a cuestionamientos ideológicos y se identifican más con determinados intereses políticos e industriales, en lugar de crear conciencia y movilización ciudadanas a propósito de la importancia y gravedad del CC.

—*Con relación al discurso hegemónico de los noticiarios televisivos*

El discurso mediático sobre el CC se expresa en varias tesis:

- a) La complejidad del fenómeno no se clarifica por la falta de especialización y compromiso por parte de los periodistas además de contar con una baja presencia de fuentes solventes en los relatos periodísticos.
- b) Tema científico muy politizado y polarizado, con el que fácilmente se generan dinámicas de crispación que provocan confusión en los espectadores.
- c) Relevancia excesiva a opiniones minoritarias para buscar falsos debates y equilibrios inexistentes.
- d) Los espectadores están mal informados y, por lo tanto, no entienden el CC en su conjunto.
- e) Declive en el interés informativo por cubrir las cumbres internacionales de Clima y desapego creciente por parte del ciudadano porque no está en la línea del acontecimiento llamativo (catastrófico).

En conclusión, los medios de comunicación imponen un discurso de manera hegemónica sobre el riesgo planetario del CC, debido a la recurrencia de sus mensajes que consiguen relegar y cuestionar lo que otros agentes sociales (gobiernos, instituciones y empresas) hacen para combatir el CC. Se podría decir que los discursos de los medios de comunicación sobre el CC suelen prestar mucha más atención a las polémicas que al origen y a las alternativas de solución de esta crisis ambiental. Por ejemplo, suelen buscar un titular llamativo («Según un estudio de una universidad australiana, el 80% de la superficie del planeta se desertizará antes de 2080») y, después, las adornan con elementos constructivos alarmantes. O bien, someten la cuestión al debate de dos polemistas populares o lo reconducen a una encuesta callejera de pros y

contras, donde sobresalgan las respuestas polarizadas, bien sean las más dramáticas o las más divertidas (Nosty, 2009: 103).

—*Con relación al discurso de los expertos en CC*

Conocer el discurso de los expertos resulta fundamental como fuente de datos (frente a las que proporcionaban los medios de comunicación y los jóvenes) sobre el CC. Como es sabido, la sociedad actual del riesgo demanda cada vez más información experta y reflexiones autorizadas para garantizarse seguridad y certidumbre sobre su futuro o para elaborar estrategias de actuación viables dentro de unos márgenes de previsión establecidos. La construcción de discurso, la cultura y la opinión pública sobre el CC se deben a varios mediadores sociales, así como a diversas instituciones que son en gran medida responsables del conocimiento social existente sobre la identificación y evaluación de las quiebras del acontecer o sobre la instrumentación de las formas de su previsión y afrontamiento. Estos agentes sociales con función pública y responsabilidad social son los que denominamos «Expertos» en esta investigación. La triangulación del punto de vista de estos expertos de muy diversa índole, observadores especializados de la realidad del CC, constituye una estrategia de triangulación necesaria sobre el tópico, siempre que estén representados:

- 1) Científicos, técnicos e investigadores de las Ciencias de la Tierra y el clima.
- 2) Empresarios del sector de la Energía y el Medioambiente.
- 3) Periodistas y comunicadores con actividad profesional vinculada al dominio de la Opinión Pública y Cultura de Masas en torno al Medioambiente.
- 4) Educadores sociales especializados en el ámbito medioambiental
- 5) Políticos responsables de gestionar actividades de la Política, la Administración del territorio y la sostenibilidad ambiental.
- 6) Activistas y militantes de ONG's y movimientos sociales del Tercer Sector centrados en la defensa del medioambiente.

En el cuadro de la página siguiente aparecen en filas y columnas los nombres de cada uno de los grupos citados de expertos y profesionales, de forma que de izquierda a derecha y de arriba abajo, pueden verse, en primer lugar, las apelaciones que unos dirigen a otros y a sí mismos. Al hilo de la lectura de las casillas de este cuadro, cabe resaltar cómo todos los grupos realizan auto-apelaciones a su práctica comunicativa, y cómo también todos los grupos dirigen apelaciones a los *periodistas* y *comuni-*

*cadres*, siendo a continuación los *científicos* quienes reciben apelaciones también de todos los demás grupos a excepción del grupo de las *ONG's* y *movimientos verdes*. Los *educadores sociales*, por su parte, reciben apelaciones sólo de *periodistas* y de *políticos*, mientras que los *políticos* las reciben sólo de los *científicos* y de los *periodistas*. Finalmente, a las *ONG's* y *movimientos verdes* sólo le dirigen apelaciones los *periodistas*; y a los *empresarios*, curiosamente, nadie les reclama nada, y sólo aparecen reconociendo que se aprovechan usando los márgenes de incertidumbre con que trabajan los científicos.

De este cuadro, nos gustaría destacar que las argumentaciones de los científicos del medio ambiente y del clima permiten averiguar las diferencias con el discurso de los medios. Por ejemplo, cuando en el discurso de los científicos se habla del grado de incertidumbre de la evolución de alguna variable relativa al CC, se hace referencia a un conocimiento estimado como verdadero, porque ofrece datos empíricos con una medida probabilística fluctuante en el tiempo, pero cuantificable. En cambio, esa incertidumbre tan exactamente estimada puede ser traducida erróneamente en los informativos de TV como «inseguridad» o «falta de conocimiento cierto» acerca del tópico. (Ver cuadro 1).

—*Con relación al discurso alternativo propuesto por los jóvenes*

Entre las situaciones experimentales merece destacarse la que propuso producir y realizar piezas informativas audiovisuales como actividad académica a jóvenes estudiantes de periodismo. En contraste con las piezas informativas de los telediarios con la referencia al tópico del cambio climático, el discurso de los jóvenes se caracteriza por ser un discurso mítico y por hacer aparecer los roles de los actores y las tramas de los relatos como se muestran en el cuadro 2.

Como se observa en este cuadro, en el discurso mítico en el informativo de los jóvenes se muestra el ecosistema catastrófico del CC como el escenario donde el protagonista y al mismo tiempo villano principal es la Contaminación, mientras que los seres vivos, cosas y seres humanos aparecen como las víctimas catárticas del Cambio. De forma descomunadamente descompensada los actores humanos, además de víctimas, sólo son actores en el ámbito micro-cósmico, en su parcela más inmediata (*vid.* Caparazones espacio-temporales de la existencia en Piñuel, Gaitán y Lozano, 2013), allí donde sus actuaciones sobre lo local no tienen repercusión sobre el ámbito ecosistémico de lo global. El joven presenta un universo del cambio climático desprovisto de un antagonista de la talla del demiurgo principal de las catástrofes climáticas, la

Cuadro I. Controversias entre los agentes sociales sobre la comunicación a propósito del CC y del medioambiente

Quiénes apelan a:	Ciencia	Empresa	Medios de comunicación	Educación	Política y admón.	Activismo social
Científicos (de la tierra y el clima)	<ul style="list-style-type: none"> <li>— No sabemos comunicar a la sociedad</li> <li>— Debemos reforzar los gabinetes de prensa de Universidades y Organismos de investigación</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>— Sensacionalismo: controversia donde hay consenso científico, mostrar como opinable si hay o no CC.</li> <li>— Discontinuidad en el mensaje: inconsistencia y focalización exclusiva en lo noticioso</li> <li>— Ignorancia o desvaloración de la ciencia</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>— Abstención o inacción</li> <li>— Derivación de la responsabilidad y de las soluciones</li> </ul>	
Empresarios (energía y medio ambiente)	Incertidumbre del mensaje científico	— Hemos utilizado la incertidumbre de mensajes científicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Los medios no procuran formación</li> <li>— Desconocimiento</li> <li>— Escasa rigurosidad en los telediaros prime time</li> <li>— Información basada en el miedo y la alarma</li> <li>— Deben especializarse los profesionales y crearse nuevos productos divulgativos</li> </ul>			
Periodistas y comunicadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Ausencia de mensajes categóricos sobre evidencias científicas</li> <li>— Necesidad de una organización científica nacional que ofrezca mensajes inequívocos con validez general</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>— No somos responsables de las incertidumbre o la rotundidad de las informaciones científicas</li> <li>— Privilegiamos fuentes de calidad (científicas o políticas)</li> <li>— Lo que más difundimos son las noticias de las catástrofes y las decisiones políticas críticas</li> <li>— Debemos invertir más en la calidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— En el Curriculum académico debe incluirse una formación en temas de medio-ambiente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Depende de su convicción personal</li> <li>— Falta de nivel sólo en las situaciones de desastre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Accesibles pero de dudosa calidad</li> <li>— Malos comunicadores</li> </ul>



Educativos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Exceso de complejidad</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Exceso de problematización de los contenidos</li> <li>- Deber hacer notar la relevancia del CC frente a otros problemas, situándolo en el marco de la crisis global</li> <li>- La normalización de la catástrofe en los mensajes medioambientales produce saturación.</li> <li>- Hay que centrarse en mejorar la calidad de las fuentes</li> <li>- La comunicación mediática más influyente está también en las series de ficción o en la publicidad</li> </ul>	<p>Estrategia pedagógico-comunicativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- entender el problema</li> <li>- qué se está haciendo por resolverlo</li> <li>- qué pueden hacer los ciudadanos</li> </ul>		
Políticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Deben tener un papel más proactivo y responsable.</li> <li>- Debe haber encuentro ciencia-política</li> <li>- I+D está financiada con dinero público, lo que coarta la libre expresión del científico</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- El rigor decrece en los medios tradicionales.</li> <li>- Importancia creciente de la divulgación en las redes sociales para crear hábitos y para conocer lo que la ciudadanía pide, opina y exige (p.e. twitter)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La Universidad ha perdido capital cognitivo sobre el CC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nos falta rigor científico en la política</li> <li>- Los políticos debemos dar ejemplo</li> </ul>	
ONGS y movimientos sociales			<ul style="list-style-type: none"> <li>- La crisis afecta a la formación como profesionales de los periodistas</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- En las redes (+ información y - simplezas)</li> </ul>

Cuadro 2. Los relatos del Cambio Climático. Fuente: elaboración propia.

El relato del CC predominante en los telediaris		El relato del CC predominante en los informativos de los jóvenes periodistas	
Los tipos de discursos			
	Discurso polémico	Discurso de tesis	Discurso mítico
	En la cobertura de las cumbres del clima:	En el periodo entre cumbres:	En el informativo no profesional:
Los roles de los actores	Políticos	Expertos: científicos y técnicos	La contaminación los desastres naturales y antropogénicos Seres vivos, cosas, seres humanos
	<i>Protagonistas:</i>		Villanos antropomorfizados (tareas entrópicas) Víctimas catárticas
	<i>Antagonistas</i>	Activistas y políticos	(aún no han aparecido)
	<i>Comparsas:</i>	Figuras sociales y política	Comparsas en sus entornos próximos (tareas de reciclaje, energía limpia, concienciación)
	Víctimas y testigos		Jóvenes (en su parcela privada) Autoridades (en su parcela pública)
Las tramas del relato			
	De la controversia y negociación, al acuerdo o el pacto	De la demostración y diagnosis a los protocolos de intervención o afrontamiento	Del acontecer de la catástrofe como un ecosistema del cambio climático en el que los actores humanos sólo actúan en lo local sin afectar a lo global

contaminación. En este universo mítico se espera el advenimiento de un súper-héroe (quizás un capitán planeta o una madre gea) que ofrezca la réplica de la que en este momento el relato está huérfano.

#### *4. Discusión*

El CC es, por definición, un fenómeno complejo, sin embargo, dicha complejidad no justifica la superficialidad de los periodistas a la hora de informar sobre estos temas. Es cierto que suele ser mucho más fácil para un periodista relatar una catástrofe climática que pueda delimitarse espacio-temporalmente, que reconstruir narrativamente un riesgo climático cuyas afectaciones se prolongan en el espacio y en el tiempo y que no siempre puede ser abordado como si fuera una noticia. Baste recordar los huracanes «Manuel» e «Ingrid» que, convergiendo desde el océano Pacífico y el Golfo de México, ocasionaron devastaciones como las que se produjeron en Acapulco en septiembre de 2013. Informando sobre este episodio catastrófico se puede remitir a los riesgos del cambio climático, pero a la inversa es menos periodístico.

La complejidad intrínseca del CC es un gran inconveniente, tanto a la hora de conseguir una adecuada información como a la hora de incrementar el conocimiento y el interés del público. Lo más habitual es que los mensajes periodísticos sobre este tema sean una información acrítica, discontinua, descrita muchas veces como un espectáculo violento de la naturaleza, de espaldas al consenso científico y con el objetivo de ganar más audiencias (Nosty 2009). Aunque en ocasiones, en palabras de Emilia Lopera (2013: 25) «uno de los errores más comunes es que los medios tienden a convertir las hipótesis científicas en certezas pues, desde el punto de vista del periodista, el margen de error de un descubrimiento científico no tiene cabida en un titular».

Así pues, la falta de especialización medioambiental de los mediadores, aunada a las rutinas de generación de información periodísticas, además de cierto anquilosamiento de los formatos de presentación, promueve que las coberturas sobre el CC no profundicen en el fondo del asunto.

¿Influye la ideología al hablar del riesgo climático? El problema no debería analizarse en función del interés. El contexto, al hablar del riesgo climático, es de confusión, de maraña por los enormes flujos de información, que más que aclarar el CC lo reinterpreta de tantas maneras como mediadores intervengan en el proceso comunicativo y como receptores admitan esas informaciones en función de sus propias capacidades inte-

Fuente: *El País* 18/09/2013

lectuales, emotivas y utilitarias. Desde nuestro punto de vista, la ausencia de jerarquización es una manifestación pública de carencia de conocimiento y sensibilidad medioambiental. Quienes niegan la existencia del CC se aferran a argumentos religiosos y con ello dan a entender que se trata de un dogma de fe que no considera en absoluto los avances científicos sobre el clima. Este escepticismo estratégico busca equiparar «el fanatismo religioso con lucha contra el cambio climático y, por otro, compara los resultados de la ciencia del clima y del IPCC<sup>3</sup> con una especie de mandamientos auto revelados» (Emilia Lopera, 2013:19).

Ahora bien, en el bien entendido ejercicio de la libertad de información a propósito del CC es preciso evitar tanto el catastrofismo, como la omisión de información. «Siempre que sea posible se debe complementar la alarma con la presentación de posibilidades de intervención y alternativas de solución».<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático o Panel Intergubernamental del Cambio Climático, conocido por el acrónimo en inglés IPCC (*Intergovernmental Panel on Climate Change*).

<sup>4</sup> Esta aseveración está sacada del «Decálogo sobre la comunicación del cambio climático», en AA.VV. Medios de Comunicación y Cambio Climático. APIA, Sevilla, 2013.

El desapego ciudadano con respecto al CC también se expresa en el distanciamiento espacial y temporal de sus posibles consecuencias, que se desplazan a lugares remotos y se demoran a un futuro lejano. En la misma línea, «el CC ha ido menguando como tema transmitido por los medios de comunicación y también como argumento de conversación en contextos formales e informales» (Meria, 2013:61). En un estudio reciente titulado «Percepciones y Actitudes de los Españoles hacia el Calentamiento Global», realizado por la Fundación BBVA en el año 2008 sobre una muestra de dos mil personas, se confirma que 9 de cada 10 españoles saben del problema del CC, la mayoría a través de los medios de comunicación. Hasta un 85% cree que se está produciendo, pero sólo el 46.5% lo entiende por completo. (Citado en Blanco, *et al.*, 2013: 422).<sup>5</sup>

Los medios de comunicación son las principales fuentes de información para casi todo. Los medios de comunicación han conseguido convertirse en la principal fuente de información cuando se habla sobre el CC. Siguiendo a Moreno Castro (2008) «el público no experto adquiere la mayor parte del conocimiento científico a través de los medios de comunicación». Y también, indirectamente, son fuentes de formación cultural y educativa para la población. Por consiguiente, es responsabilidad de dichos medios encontrar y desarrollar formatos accesibles y comprensibles de difusión que despierte el interés y la curiosidad racional de los ciudadanos por el Cambio climático.

---

<sup>5</sup> Además del estudio mencionado Meira (2013: 50) nos dice que «siete de cada diez personas se declaran «nada» o «poco» informadas en todas las dimensiones consideradas, aunque las tasas más altas de desinformación registradas en la última oleada se producen cuando se alude a las causas y a las consecuencias del CC. También cabe destacar que el nivel de desinformación aumenta en 2012 con respecto a 2010. Así, en el ítem sobre el nivel de información reconocido con respecto «al CC en general», el más sintético, el 63% de la muestra se declara «nada» o «poco» informado en 2010, tasa que sube al 68% en 2012, prácticamente 5 puntos más; es decir, 3 de cada 4 personas se reconocen desinformados sobre el CC».

## Referencias

- Blanco Castilla, E. Quesada, M. Teruel Rodríguez, L. (2013). «Entre Kioto y Durban. Posición editorial de los medios de referencia ante el cambio climático», en *Revista Latina de Comunicación Social*, 68. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, 420-435.
- Boykoff, Maxwell T. (2009). «Los medios y la comunicación científica. El caso del cambio climático en *Comunicación y cambio climático. Infoamérica. Iberoamerican Communication Review*. Universidad de Málaga, pp. 117-127.
- Carvalho, Anabella (2009). «Culturas ideológicas y discursos mediáticos sobre la ciencia. Relectura e noticias sobre cambio climático», en *Comunicación y cambio climático. Infoamérica. Iberoamerican Communication Review*. Universidad de Málaga, pp. 25-47.
- \_(2012). «Cambio climático, medios de comunicación y la paradoja del conocimiento y la inacción», en Piñuel, J.L. et al. *Comunicación, controversias e incertidumbres frente al consenso científico acerca del Cambio Climático*. Cuadernos Artesanos de Latina n.º 30. Universidad de La Laguna, Tenerife, pp. 81-106.
- Crovi, D. y Lozano Ascencio, C. (2005). «A más información mayor incertidumbre. Hacia una necesaria reconsideración de la labor de los medios en la sociedad de la información», Sao Paulo. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* N° 3. ALAIC, 42-53 pp.
- Crovi, D. y Lozano Ascencio, C. (2010). *La faena de lo incierto. Medios de comunicación e incertidumbre*. México, Universidad Nacional Autónoma de México y SITESA ediciones, 162 pp.
- Díaz Nosty, B. (2009). «Cambio climático, consenso científico y construcción mediática. Los paradigmas de la comunicación para la sostenibilidad». *Revista Latina de Comunicación Social* N° 64, U. de La Laguna, pp. 99-119.
- Fernández Reyes, Rogelio (2013). «Reflexiones sobre un periodismo en transición» en VV. AA. *Medios de Comunicación y Cambio Climático*, Sevilla, APIA, pp. 237-259.
- Gaitán, J.A. y Águila, J.C. (2011). «Propuesta de un diseño experimental para analizar el discurso alternativo de los jóvenes ante el Cambio Climático en una producción audiovisual» en *Actas III Congreso Internacional Latina de Comunicación*. Universidad de La Laguna, Tenerife.
- Gonzalo Iglesia, J.L. y Farré Coma, J. (2011). *Teoría de la comunicación de riesgo*, Barcelona, Editorial UOC, 194 pp.
- Heras, F. (2013). «La negación del cambio climático en España: percepciones sociales y nuevos tratamientos mediáticos» en VV. AA. *Medios de Comunicación y Cambio Climático*, Sevilla, APIA, pp. 110-124.
- Innerarity, D. (2011). «La humanidad amenazada: gobernar los riesgos globales», en Innerarity, D. y Solana, J. (eds.) *La humanidad amenazada: gobernar los riesgos globales*, Barcelona, Paidós, pp. 11-20.
- León, B. y Lara, A. (2013). «Ciencia y cambio climático. Estudio de la cobertura del cambio climático en la prensa española» en VV. AA. *Medios de Comunicación y Cambio Climático*, Sevilla, APIA, pp. 96-109.
- Lopera Pareja, E. (2013). *La comunicación social de la ciencia del clima en la prensa española: texto y contexto*, Valencia. Tesis doctoral. U. Valencia, 437 pp.
- Lozano Ascencio, C. (2009). «El medio ambiente como una referencia dominante en la construcción social del acontecer catastrófico» en Carabaza, J.

- y Lozano, J. C. (Eds.) *Comunicación y Medio Ambiente. Reflexiones, análisis y propuestas*. Monterrey, México, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. pp. 132-159.
- Lozano Ascencio, C. (2009b). «Periodismo de catástrofes: La actualidad informativa como fuente de incertidumbres» en Moreno Castro, Carolina (Ed.) *Comunicar los riesgos. Ciencia y tecnología en la sociedad de la información*. Madrid. Biblioteca Nueva. Organización de Estados Iberoamericanos. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. 231-248 pp.
- \_(2009c). «El progreso de la fragilidad social: de la sociedad industrial a la sociedad de la información» en Larrañaga Zubizarreta, José y Larrondo Ureta, Amara *De la sociedad industrial a la sociedad de la información Actas del X Congreso Asociación Historiadores de la Comunicación* Universidad del País Vasco. Bilbao, 18 pp.
- \_(2013). «El cambio climático en los teleradios: alusiones a la catástrofe en tiempos de calma», en *Disertaciones*, Volumen 6 N° 1. Enero-junio 2013. Universidad de Los Andes, Venezuela y Universidad Complutense de Madrid. 124-140 pp. <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/article/view/4126/4213>
- Meira, P. (2013). «Representaciones sociales del cambio climático en la sociedad española: una lectura para comunicadores» en VV. AA. *Medios de Comunicación y Cambio Climático*, Sevilla, APIA, 34-65 PP.
- Painter, J. (2012). «Comunicar incertidumbres: los escépticos del clima en los medios internacionales, en Piñuel, J. L. et. al. *Comunicación, controversias e incertidumbres frente al consenso científico acerca del Cambio Climático*. Cuadernos Artesanos de Latina N° 30. Universidad de la Laguna, Tenerife, pp. 53-80.
- Piñuel Raigada, J.L. (2013). «El discurso hegemónico de los Media sobre el Cambio Climático (Riesgo, Incertidumbre y Conflicto) y estrategias de intervención» en VV. AA. *Medios de Comunicación y Cambio Climático*, Sevilla, APIA, 13-33 pp.
- Piñuel Raigada, J.L. y Lozano Ascencio, C. (2006). *Ensayo general sobre la comunicación*. Barcelona. Paidós. Papeles de Comunicación 47. 328 pp.
- Piñuel, J.L. y Teso, G. (2012). «Los temas de referencia abordados en las noticias de los informativos televisivos en España con ocasión de las cumbres del Cambio Climático en Cancún y Durban» en Piñuel, J. L. et. al. *Comunicación, controversias e incertidumbres frente al consenso científico acerca del Cambio Climático*. Cuadernos Artesanos de Latina N° 30. Universidad de la Laguna, Tenerife, 11-52 pp.
- Piñuel, J.L., Gaitán, J.A. y Lozano C. (2013). *Confiar en la prensa o no. Un método para el estudio de la construcción mediática de la realidad*. Salamanca, Ed. Comunicación Social, 206 pp.
- Teso, G. y Águila, J.C. (2011). «Diseño metodológico para el análisis de la información televisiva en relación al riesgo, incertidumbre y conflicto del cambio climático en los programas informativos diarios en España» en *Actas III Congreso Internacional Latina de Comunicación*. Universidad de La Laguna, Tenerife.
- Teso, G. y Piñuel, J.L. (2013). «Aplicación de un Phillips 66 para desvelar la red de apelaciones recíprocas entre agentes sociales expertos en torno al riesgo del cambio climático (CC) y su contraste con las representaciones de aludidos en el discurso informativo de la tv sobre el mismo tópico» en *Actas del 2º Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación*. Universidad de Valladolid. Campus Segovia. pp. 885-902.