

**COMUNICACIÓN Y REPRESENTACIONES
DEL CAMBIO CLIMÁTICO:
EL DISCURSO TELEVISIVO Y EL
IMAGINARIO DE LOS JÓVENES
ESPAÑOLES**

TESIS DOCTORAL

M. GEMMA TESO ALONSO

Dirigida por:

D. JOSÉ LUIS PIÑUEL RAIGADA
D. ROGELIO FERNÁNDEZ REYES

EL CAMBIO CLIMÁTICO, UN DESAFÍO PARA LA HUMANIDAD

Fuentes: Quinto Informe IPCC, 2013: 123
Diario Británico *The Guardian*, 13 de julio de 2015

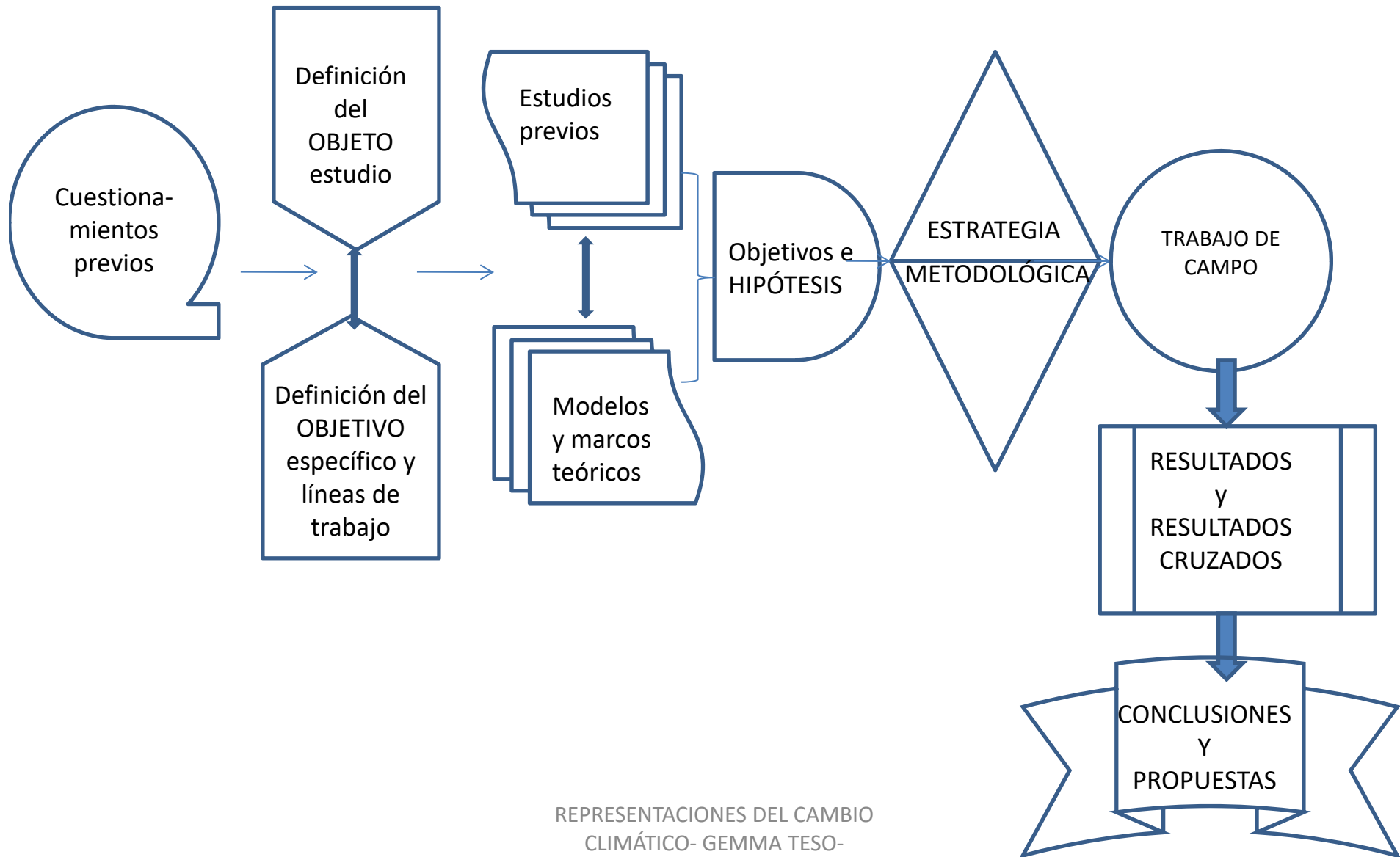


A screenshot of the The Guardian website. The top navigation bar includes links for 'sign in', 'subscribe', and 'search'. The main headline reads: 'The Mediterranean migrant crisis has big business and climate change at its roots'. Below the headline, a sub-headline states: 'Forced migration is framed as a political issue but climate change and inequality are fuelling the catastrophe and business has a role play in solving it'. The main image shows a group of people in a small inflatable boat on the water. To the right, there is an advertisement for 'BUSINESS CALL TO ACTION' with the text 'Challenging companies to develop pro-poor business models' and a 'LEARN MORE' link.

REPRESENTACIONES DEL CAMBIO CLIMÁTICO- GEMMA TESO-

En 2015, la revista PNAS (*Proceedings of the National Academy of Sciences of United States of America*) publicaba los resultados de un estudio titulado "Climate change in the Fertile Crescent and implications of the recent Syrian drought" (Colin P. Kelley et al., 2015).
<http://www.pnas.org/content/suppl/2015/02/23/1421533112.DCSu.pplemental/pnas.201421533SI.pdf>

EL PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN



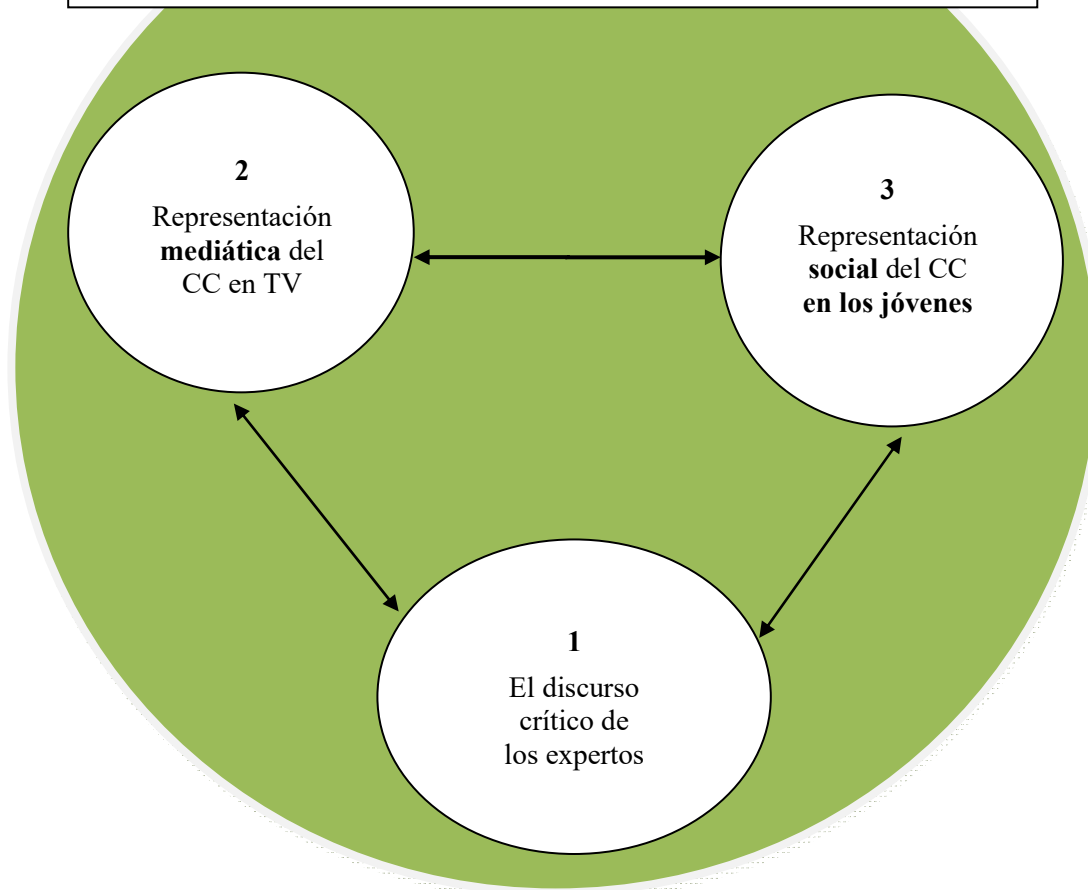
EL OBJETIVO ESPECÍFICO DE LA INVESTIGACIÓN

“Analizar las representaciones del CC en el medio televisivo y en el imaginario de los jóvenes:

- Para identificar elementos comunes, elementos ausentes, diferencias y errores,***
- Comparando ambas representaciones con el discurso crítico de los expertos,***
- Con el propósito final de elaborar conclusiones y propuestas que permitan la mejora de la comunicación audiovisual del CC, especialmente la que va dirigida a los jóvenes”.***

EL OBJETO DE ESTUDIO

COMUNICACIÓN Y REPRESENTACIONES DEL CAMBIO CLIMÁTICO: EL DISCURSO TELEVISIVO Y EL IMAGINARIO DE LOS JÓVENES ESPAÑOLES



Estudio de las mediaciones entre la ciencia del cambio climático, la comunicación audiovisual del mismo y su representación en la cultura común de los jóvenes españoles.

OBJETO de estudio estructurado en 3 discursos diferenciados sobre el CC y las representaciones que de ellos emanan: el discurso referencial de los expertos, el del medio televisivo (emitido en 2011) y el de los jóvenes (trabajo de campo en 2012 y 2013).

ANTECEDENTES EN EL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICA DEL CAMBIO CLIMÁTICO CONTEXTO INTERNACIONAL

Investigaciones centradas en:

- Los ciclos de atención mediática sobre los temas ambientales y el estudio del *framing* del CC en los medios.
- Los marcos de referencia (*frames*) y el análisis crítico del discurso mediático.
- El estudio del escepticismo climático en los medios

Principales autores

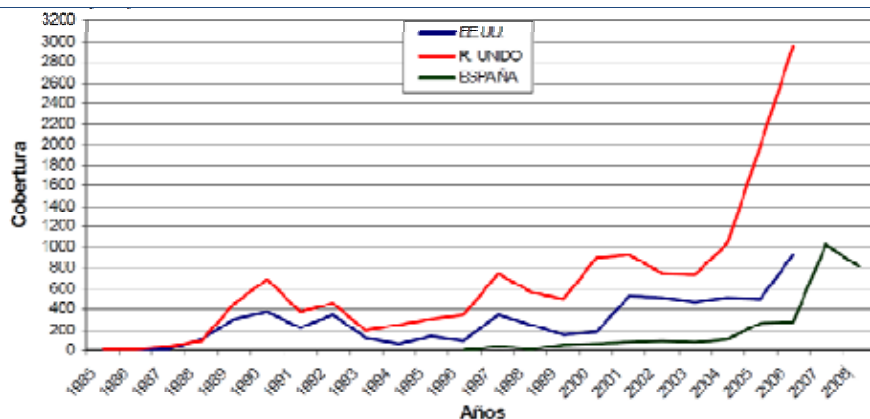
Anthony Downs, 1972.
Trumbo, 1996.
Cushman, 1998
McComas y Shanahan, 1999.
Weingart, Engels y Pansagrau, 2000.
Boykoff y Roberts, 2004 Y 2007.
Antilla, 2005.
Carvalho y Burgess, 2005.
Boykoff y Boykoff, 2007.
Rosen y Cruz-Mena, 2008.
James Painter, 2010, 2011, 2013.

EL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICA DEL CAMBIO CLIMÁTICO EN ESPAÑA

PRENSA (Sobre CC)

Fernández, 2009. Período 1992 a 2008. Editoriales de *LIBERTAD DIGITAL, EL MUNDO, EP* y *EL ECOLOGISTA*.

Lopera, 2013. Período 2000-2010 (*EP, MUNDO, ABC, EXPANSIÓN Y LEVANTE*).



- Fernández identifica 3 enfoques ideológicos: el contra-ambientalista, el ambientalista y el ecologista
- Protagonismo de los políticos, científicos y ONG.
- Lopera identifica mayor representación de las consecuencias que de las causas y las soluciones
- La crisis ha impactado en la comunicación del CC en la prensa de acuerdo con la Tª de los problemas sociales
- El descenso de la cobertura del CC coincide con el descenso en el interés de la ciudadanía por este asunto.

TELEVISIÓN

León, 2007. Muestras registradas junio y julio de 2005 y 2006 (*TVE1, TVE2, A3, TELE 5 Y CANAL +/CUATRO*).

Francescutti, Tucho e Iñigo, 2013. Período 1-04-2007 a 31-03-2008. (*TVE1, A3, TELE 5*).

Mercado, 2010. Muestra 21-04-2009 al 21-06-2009 (*TVE1, TVE2, A3, TELE 5, CUATRO, incluyendo LA SEXTA*).

- La información ambiental sólo supone en todos los casos menos del 4% de la información televisiva. La Sexta con más del 5%.
- Tendencia al catastrofismo y predominancia de la cobertura de las negociaciones políticas.

GRUPO MDCS (I+D 2010-2013): Estudio sobre la cobertura televisiva de las cumbres del clima de Cancún (2010) y Durban (2011).

Carmen Erviti, 2013. El uso de las imágenes en la información televisiva sobre el CC.

EL ESTUDIO DE LA REPRESENTACIONES SOCIALES DEL CC

Investigaciones
centradas en la
representación
social del
riesgo

Lorenzoni et Al (2006). Estudio transnacional EEUU-UK.

Las causas son poco mencionadas.

Existe mayor nivel de escepticismo en EEUU (10%).

Se trata de un fenómeno percibido de forma muy negativa pero de escasa relevancia social y un alto grado de inconsistencia.

O'Neill & Nicholson-Cole (2009) identifican 2 dimensiones en el imaginario de la población: Las imágenes procedentes de los medios y las imaginaciones visuales.

Smith y Joffe (2012).

Objectification & anchoring, la concreción y anclaje o fijación son dos procesos necesarios para que un fenómeno extraño como el CC tenga sentido para la población.

O'Brien, Lera ST. Clair & Kristoffersen (2010).

El *framing* del CC como problema ambiental responde al paradigma social dominante que contempla al ser humano y a la sociedad como elementos separados del medio ambiente.

EL ESTUDIO DE LA REPRESENTACIONES SOCIALES DEL CC EN ESPAÑA

Euro-barómetros sobre CC (EC, 2008 y 2009).

CIS 2005 y 2007 sobre ecología y medio ambiente.

Estudio de la Fundación BBVA (2008) sobre percepciones y actitudes de los españoles ante el calentamiento global (CG).

Fundación Maphre publica en 2009, 2011 y 2013 tres estudios sobre la representación del CC en la población española. Grupo SEPA de la USC.

Cuestionario aplicado mediante entrevista personal.

3 oleadas: 2008, 2010 y 2012.

- La población española cree en la existencia del CC, fenómeno valorado negativamente por la mayoría.
- Identifica las emisiones de GEI como la causa humana del CC.
- La relevancia ha descendido entre 2008 y 2012 ante la crisis.
- Se perciben los impactos del CC como concretos y objetivables, si bien son irrelevantes ante la urgencia de la crisis.
- En general, la población se siente mal informada sobre el CC.
- La TV es el medio más común
- Los principales mediadores son los amigos, los periodistas, los familiares y los ecologistas. Por detrás están los científicos, los empresarios y los sindicalistas.
- Los responsables de las causas y de las soluciones son las grandes empresas y los gobiernos de la UE y la ONU.

OBJETIVOS PARCIALES**HIPÓTESIS****Objetivo 1**

Identificar la forma en la que se presenta el CC ante la opinión pública a través del análisis de las opiniones de los expertos y sus valoraciones sobre el tratamiento mediático y político del CC, al objeto de extraer las conclusiones y propuestas que permitan mejorar la comunicación del cambio climático y también la gobernanza social del problema.
(Análisis exploratorio, no responde a hipótesis de partida).

Objetivo 2

Identificar y definir las características de la representación del CC en el discurso informativo elaborado por los programas televisivos emitidos en España durante un año (2011), evitando los periodos de cobertura mediática de las cumbres del clima marcados por la agenda política internacional.

Hipótesis 1

El cambio climático aparece representado en los informativos televisivos en España de la mano de la agenda política, la presentación de estudios o proyectos científicos, las catástrofes naturales y las alteraciones meteorológicas (incremento de la temperatura, olas de frío y de calor)

Hipótesis 2

El medio televisivo otorga poca relevancia al CC, que aparece fundamentalmente en los programas informativos diarios, fuera del prime time y sin una periodicidad estable como contenido televisivo.

Hipótesis 3

El tratamiento televisivo del CC se caracteriza por su superficialidad y falta de contextualización, debido en gran medida al empleo de formatos narrativos estandarizados, propios de las rutinas profesionales del medio y caracterizadas por su corta duración y formato cerrado

Hipótesis 4

La línea editorial del medio y las condiciones económicas y empresariales del sector influyen en el tratamiento televisivo del CC, considerando tanto el número de noticias emitidas como en el tipo de producción, los recursos asignados para su elaboración y las fuentes consultadas.

Hipótesis 5

El CC es abordado como un fenómeno global y lejano en el tiempo y en el espacio, sin representar las conexiones lógicas existentes entre los hechos locales que lo provocan y las posibles soluciones en relación a la producción y el consumo de energía.

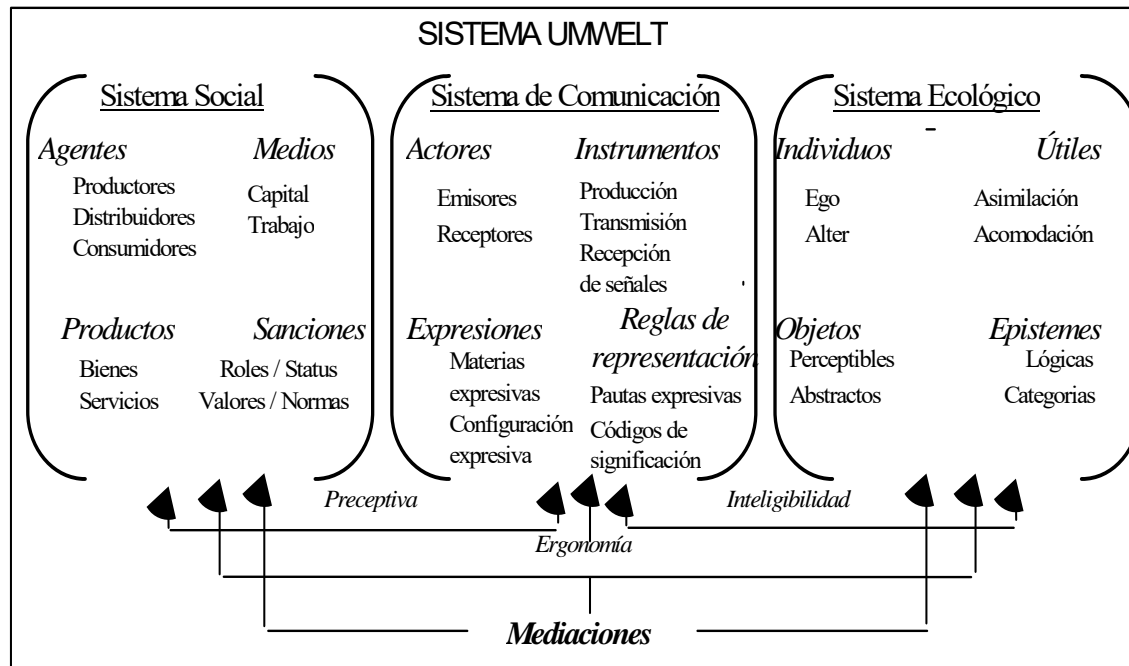
Hipótesis 6

La práctica periodística en España ha desterrado la práctica del falso "balance" en las noticias televisivas sobre CC y no incluye opiniones escépticas y/o negacionistas como réplica al mensaje de la ciencia del clima.

| OBJETIVOS PARCIALES | HIPÓTESIS |
|---|---|
| <p>Objetivo 3</p> <p><i>Identificar los rasgos característicos de la representación del CC en los jóvenes españoles y su percepción del riesgo, su grado de preocupación y su nivel de implicación personal, prestando especial atención a sus actitudes y hábitos de consumo energético.</i></p> | <p>Hipótesis 7</p> <p><i>Los jóvenes por nivel de estudios constituyen la franja de población mejor informada sobre el cambio climático, influyendo la edad y la etapa educativa en su percepción del fenómeno.</i></p> <p>Hipótesis 8</p> <p><i>Los jóvenes no poseen una percepción clara sobre la naturaleza de las fuentes de energía, especialmente la energía eléctrica que consumen en su vida cotidiana</i></p> <p>Hipótesis 9</p> <p><i>La mayoría de los jóvenes creen en la existencia del CC y en su origen no natural provocado por la actividad humana. Ahora bien, su creencia en el CC y la elevada preocupación que manifiestan por el problema no se corresponden con una elevada percepción del riesgo ni con un elevado nivel de implicación personal a la hora de actuar para combatirlo.</i></p> |
| <p>Objetivo 4</p> <p><i>Comparar desde una perspectiva transversal el discurso televisivo sobre el CC con el discurso crítico de los expertos consultados, para identificar los elementos comunes y las diferencias más significativas entre ambas representaciones.</i></p> | <p>Hipótesis 10</p> <p><i>La información televisiva resulta insuficiente poco clarificadora sobre las causas y las consecuencias del CC, especialmente sobre las dimensiones sociales de sus impactos</i></p> <p>Hipótesis 11</p> <p><i>La información televisiva sobre el CC representa poco las soluciones, centrándose fundamentalmente en las medidas de mitigación, siendo poco representada la adaptación.</i></p> |
| <p>Objetivo 5</p> <p><i>Identificar las principales diferencias y similitudes existentes entre las representaciones sociales del CC en el imaginario de los jóvenes y las representaciones del CC llevadas a cabo por los programas informativos de TV en España.</i></p> | <p>Hipótesis 12</p> <p><i>De acuerdo con los estudios demoscópicos europeos y nacionales referidos, la televisión es la principal fuente de información sobre el CC para la mayor parte de los ciudadanos y también para los jóvenes, por lo que es posible encontrar elementos significativos que coinciden entre ambas representaciones del CC.</i></p> |
| <p>Objetivo 6</p> <p><i>Comparar desde una perspectiva transversal la representación del CC en el imaginario de los jóvenes españoles con el discurso crítico de los expertos, al objeto de identificar las principales lagunas y percepciones equivocadas presentes en la representación del CC en los jóvenes, poniendo de relieve aquellas actitudes y hábitos que pudieran ayudar o dificultar su empoderamiento frente al CC.</i></p> <p>(Análisis exploratorio, no responde a hipótesis de partida).</p> | |
| <p>Objetivo 7</p> <p><i>Formular las conclusiones y propuestas que permitan establecer líneas estratégicas para mejorar la comunicación audiovisual del CC.</i></p> | <p>Hipótesis 13</p> <p><i>A partir de la investigación realizada siguiendo las líneas de trabajo establecidas, es posible elaborar propuestas para la mejora de la comunicación del CC y desarrollar nuevos proyectos de investigación aplicada centrados en la educomunicación.</i></p> |

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

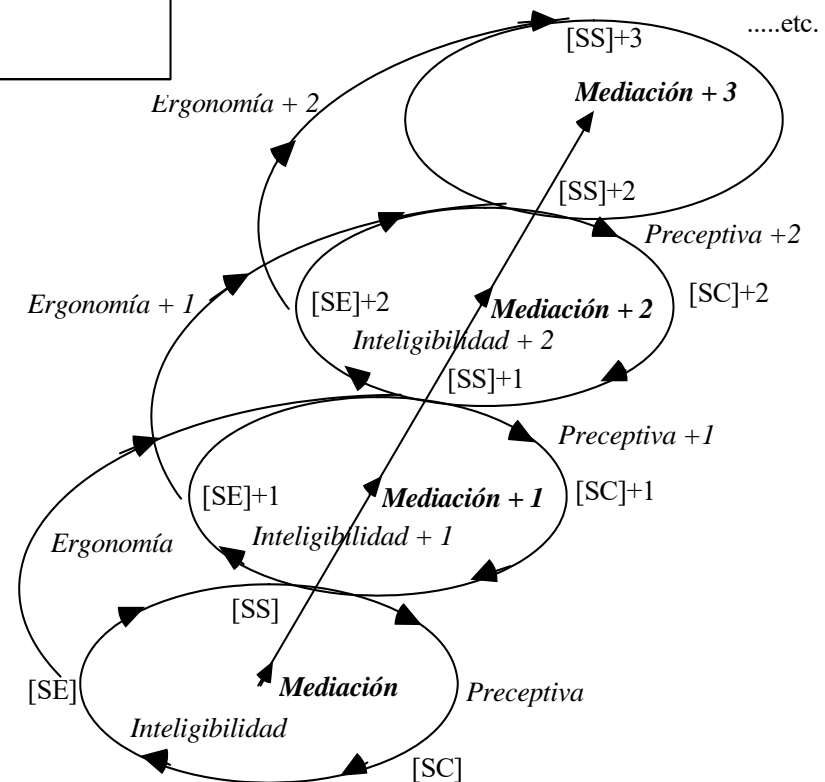
| MODELOS | PRINCIPALES AUTORES (CAPÍTULOS 2 Y 3) |
|---|---|
| <i>Las teoría de la agenda Setting</i> | Walter Lippman , 1922; McCombs y Shaw, 1972 y McCombs y Maxwell, 2006. <i>Agenda Building</i> , Lang y Lang, 1981. |
| <i>Los ciclos de atención mediática sobre los temas ambientales</i> | Anthony Downs, 1972; Trumbo 1996; McComas y Shanahan, 1999 y Boykoff y Roberts, 2007. |
| <i>La teoría de la comunicación humana de la escuela de Palo Alto (California)</i> | Paul Watzlawick y otros 1981. |
| <i>El newsmaking</i> | Gaye Tuchman, 1983; Mauro Wolf, 1985 y Antonio Casero, 2008. |
| <i>La perspectiva narratológica</i> | Jean Mitry, 1984; Christian Metz, 1968, 1971, 1977; G. Genette, 1972, Mieke Bal, 1987, Seymour Chatman, 1990. |
| <i>Teoría de las representaciones sociales</i> | Serge Moscovici, 1979; Lorenzoni y otros, 2006; O'Neill & Nicholson-Cole, 2009 y N. Smith y H. Joffe, 2012. |
| <i>El modelo de las arenas (esferas) públicas</i> | Hilgartner y Bosk , 1998. |
| <i>El marco teórico del framing</i> | Entman, 1985, 1991, 1993; Trumbo, 1996; Semetko y Valkenburg, 2000, Antilla, 2005. |
| <i>El modelo de los circuitos culturales.</i> | Aplicado por Anabela Carvalho y Jacqueline Burgess (2005) a la comunicación del CC en la prensa británica. Boykoff y Boykoff y Boykoff y Roberts, 2007. |
| <i>El modelo socio-semiótico de la comunicación.</i> | Miquel Rodrigo, 2011 |
| <i>El modelo de la mediación dialéctica de la comunicación social</i> | Martín Serrano y otros, 1982; Piñuel Raigada, 1989, Piñuel y Gaytán, 1995 y Piñuel y Lozano (2006) |



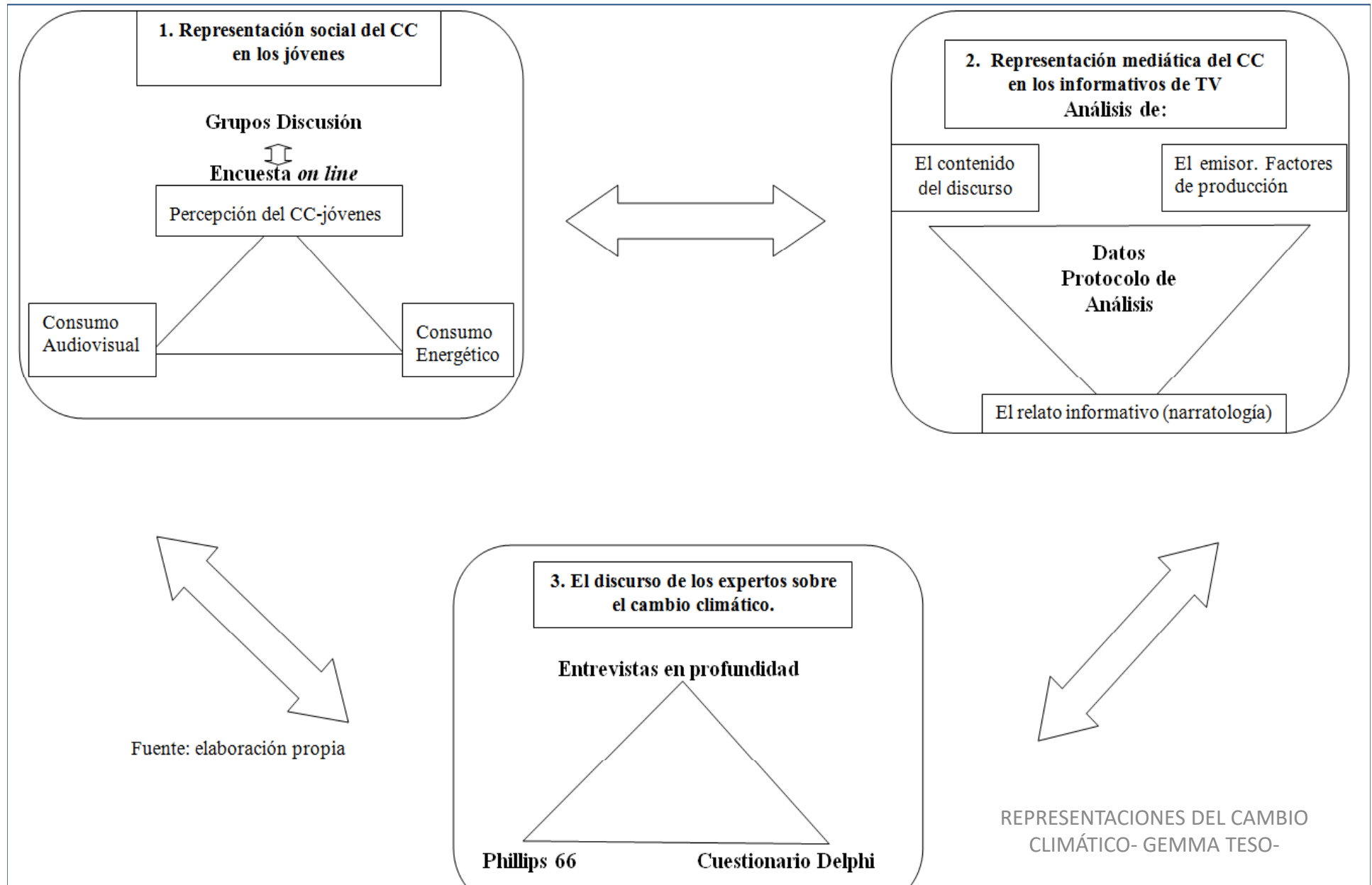
Modelo estructural de las mediaciones, según el MDCS

Esquema de la evolución diacrónica de las mediaciones

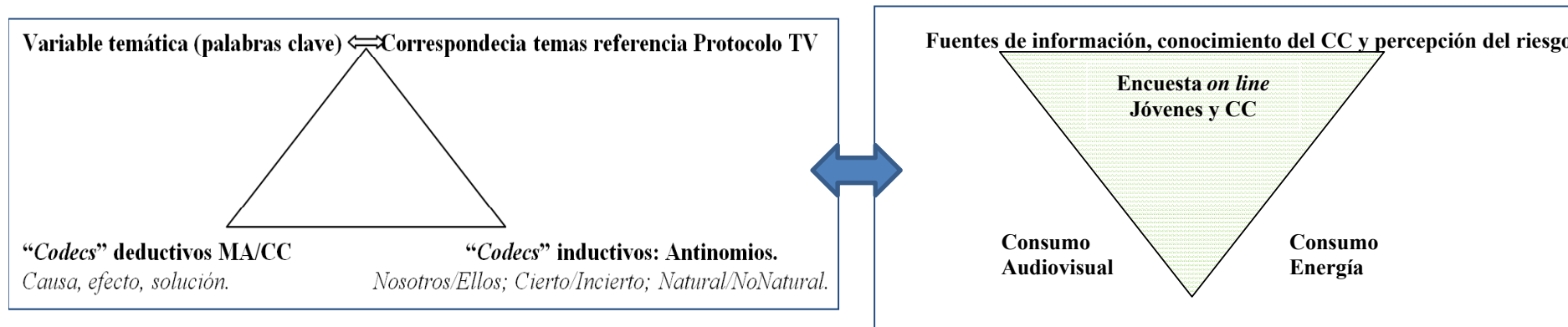
Ante el CC, la producción social de conocimientos en el [SS] proporciona propuestas preceptivas de Comunicación [SC] que si son inteligibles por la población [SE] contribuyen a crear una resiliencia ergonómica y adaptación en el Sistema Social [SS]+1



LA ESTRATEGIA METODOLÓGICA



Metodología para el estudio de la representación social del CC en los jóvenes españoles



“Codecs” deductivos empleados por el IPCC y “codecs” inductivos: *themata* o antinomias de Smith y Joffe (2012).

Análisis exploratorio.

Variables de corte edad y nivel de estudios.

Técnica cualitativa: Grupos de discusión. 2 Grupos:

Jóvenes menores- ESO.

Jóvenes – EEES-.

- Universo infinito (más de 100.000 jóvenes).
- Muestra probabilística y un muestreo por conglomerados (Gaitán y Piñuel, 1998).
- Valores “p” y “q” de un 30/70 (p+q=100); límite de error de un +- 5%;
- Tamaño de la muestra resultante fue de 756 individuos.
- Encuestados: **Total: 759 encuestados**
 - De 16 a 18 años: 249 (32,8%)
 - De 19 a 21 años: 376 (49,5%)
 - De 22 años o más: 134 (17,7%)

El protocolo de análisis de contenido televisivo

| Variab les | Apartados del protocolo |
|--|---|
| 1. Identidad de la noticia | a. Identificación del registro. Fecha de emisión, canal TV, programa, hora, duración. |
| 1. Indicadores y variables relativas a aquellos factores que condicionan la producción audiovisual en los informativos diarios | a. Relevancia y Jerarquización de la noticia: Ubicación, elementos que componen la y definen formalmente la noticia (Pieza, total, colas, etc.) |
| | a. N° de totales |
| | a. Procedencia y vigencia de las imágenes (producción propia, externa, agencia). |
| 1. Variables relativas al contenido de la noticia | a. Contenido: palabras clave, frase de presentación, frase de resumen, tema principal, tema subsidiario y rótulos temáticos. |
| 1. Variables del discurso informativo | a. Enunciación del discurso y niveles de enunciación. Protagonistas y aludidos en el discurso. Rol desempeñado por los protagonistas y los aludidos en relación al problema del CC. |
| | a. Las temas de referencia del discurso y su la clasificación en 10 categorías temáticas genéricas. |
| | a. Los temas de referencia del emisor y de los protagonistas o declarantes en la noticia. La postura del emisor y de los protagonistas ante el conflicto. |
| | a. Los temas de referencia en las imágenes del discurso informativo y su relación con la voz en <i>off</i> . |
| | a. El desenlace de la noticia. |

- **Framing de las noticias sobre CC: frames generales y frames específicos** en el enmarcado de las noticias televisivas sobre CC.

Trumbo (1996) y McComas y Shanahan (1999): es posible identificar el framing de la noticia en función del contenido del titular de la misma y de la entradilla.

Variable de análisis transversal: contenido imágenes mentales jóvenes, enarcado noticias tv contenido de las entrevistas en profundidad a los expertos.

Frames generales:

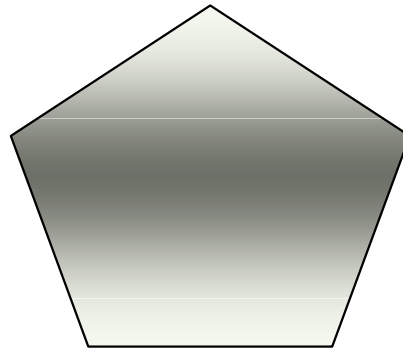
- Los *codecs* deductivos del IPCC,
- Los *frames* empleados por Trumbo (1996): identificación de las causas, la definición del problema (impactos), los juicios morales y las respuestas (soluciones).
- Categorías temáticas.
- Frames específicos (McComas y Shanahan, 1999, Francescutti, et al., 2013, Mercado, M., 2010 y 2013 y León, B. y Lara, A., 2013): Ambiental, político, científico, tecnológico, social y humano, económico (incluido la energía), catastrofista y de sensibilización.

La interpretación de los resultados desde el punto de vista de la narratología permite conectar éstos con los 5 marcos generales recopilados por Semetko y Valkenburg (2000): el marco del conflicto, el marco del interés humano —los protagonistas del relato y la acción—, el marco de la responsabilidad —los aludidos como responsables—, el marco de las consecuencias económicas —de impactos y de las soluciones— y el marco de la moralidad —en el planteamiento del conflicto, del desenlace y de la solución—.

Metodología para el estudio del discurso de los expertos

La representación social del CC en la sociedad Española (Pablo Meira)

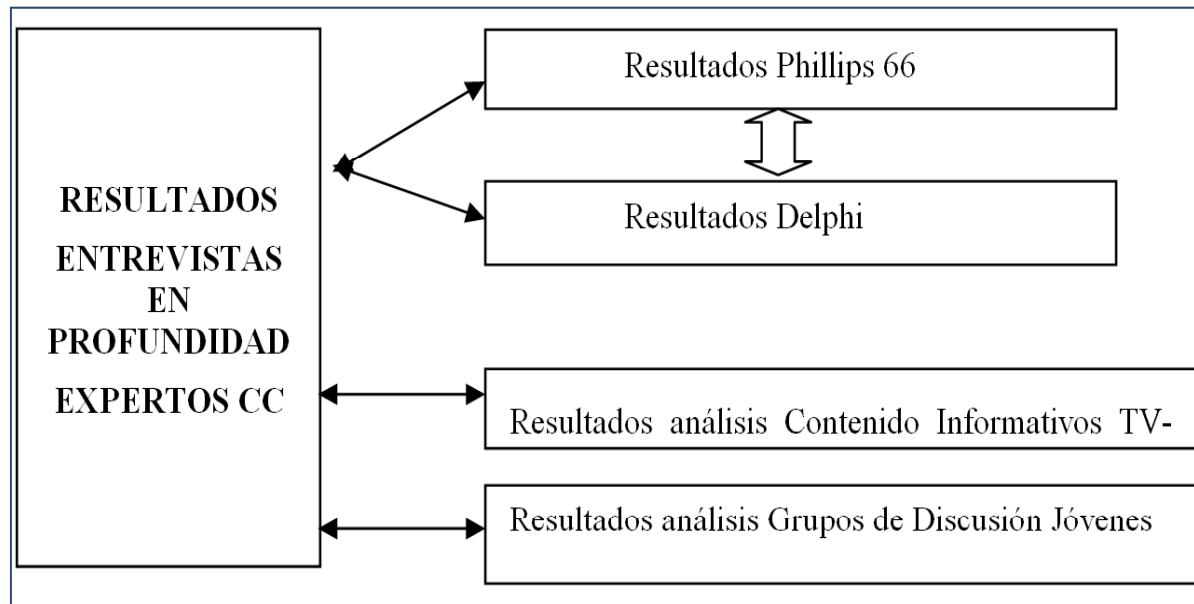
Los impactos del CC
(Asun Lera St. Clair)



Las implicaciones sociales del CC
(Mercedes Pardo)

El tratamiento mediático del CC
a nivel internacional
(Anabela Carvalho)

El tratamiento mediático del CC
a nivel internacional
(James Painter)



OBJETIVOS ALCANZADOS

HIPOTESIS VERIFICADAS

OBJETIVO 1:

Identificar la forma en la que se presenta el CC ante la opinión pública a través del análisis de las opiniones de los expertos y sus valoraciones sobre el tratamiento mediático del CC, para extraer las conclusiones y propuestas que permitan mejorar la comunicación del CC y también la gobernanza del problema.

RESULTADOS

- Diagnóstico de los expertos sobre la percepción del CC por parte de la ciudadanía española.
- Diagnóstico sobre la representación del CC en los medios de comunicación:
 - Los elementos clave de la representación del CC
 - El tratamiento de las soluciones
 - El escepticismo en los medios
- Propuestas para la mejora de la gobernanza del CC desde la esfera social.

OBJETIVO 2 – Identificar y definir las características de la representación del cambio climático en el discurso informativo elaborado por los programas televisivos emitidos en España durante un año (2011), evitando los periodos de cobertura mediática de las cumbres del clima

HIPÓTESIS VERIFICADAS

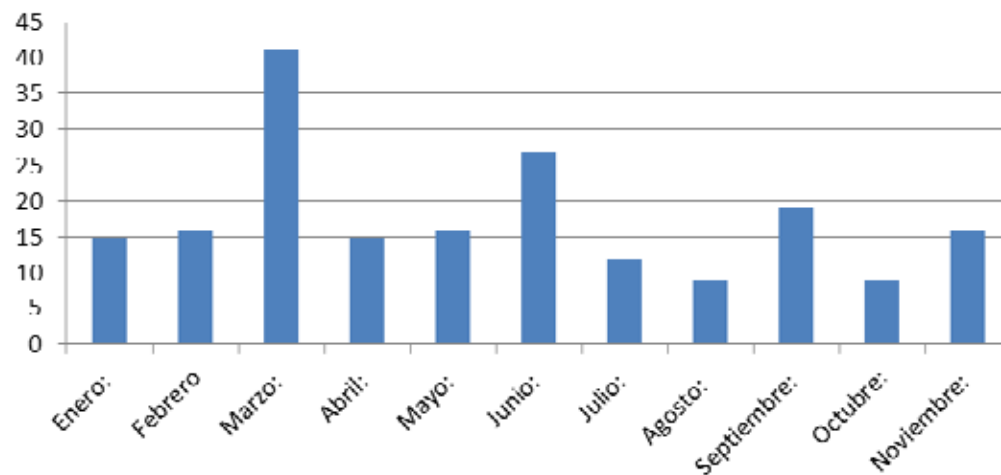
Hipótesis 1: El CC aparece en los informativos televisivos en España de la mano de la agenda política, la presentación de estudios o proyectos científicos, las catástrofes naturales y las alteraciones meteorológicas (incremento de la temperatura, olas de frío y de calor).



Verificación positiva con observaciones:

La acción social organizada ha demostrado ser capaz de generar acontecimientos mediáticos que dan lugar a la noticia. La cobertura televisiva del evento conocido como “La hora del planeta” supuso un 6,29% del total de noticias sobre CC emitidas a lo largo de 2011.

**Nº de noticias televisivas sobre el CC en 2011
(excluidos los registros cumbre de Durban -diciembre 2011)**



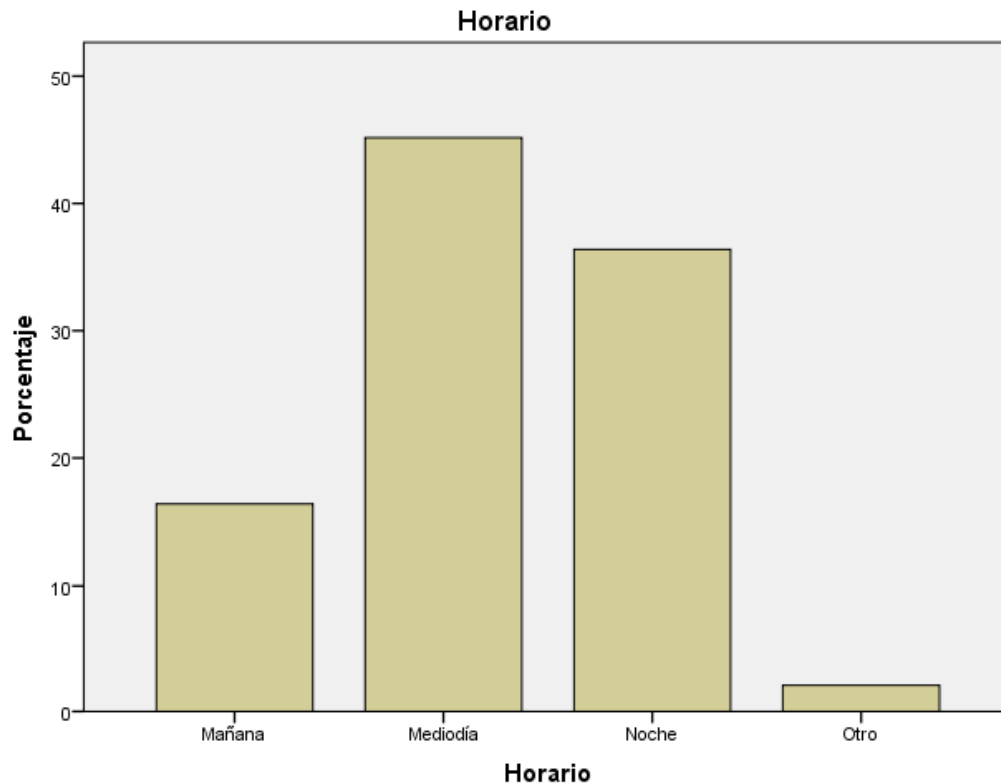
Hipótesis 2:

El medio televisivo otorga poca relevancia al CC, que aparece fundamentalmente en los programas informativos diarios, fuera del prime time y sin una periodicidad estable como contenido televisivo.



Hipótesis confirmada en todos sus términos:

- Los 482 minutos de noticias televisivas sobre CC emitidas en 2011—incluyendo Durban— sólo suponen el **0,0076%** del tiempo total de la información TV.
- Promedio de **0,6** noticias por día, frente el las **8,7** noticias diarias de promedio que se emitieron durante la cobertura de Durban
- NO existe un patrón de periodicidad en la cobertura del CC.
- Es un asunto abordado en los informativos diarios de lunes a viernes (**81,5%** de los registros). Sólo el **34% en prime time.**



Hipótesis 3:

El tratamiento televisivo del CC se caracteriza por su superficialidad y falta de contextualización, debido en gran medida al empleo de formatos narrativos estandarizados, propios de las rutinas profesionales del medio y caracterizadas por su corta duración y formato cerrado.

CONFIRMADA

El **96%** de los registros analizados corresponden a noticias emitidas por programas informativos. Solo el **4%** corresponden a programas debate o tertulias.

La escasa duración de los relatos informativos de los noticieros tiene un gran impacto en la estructura de la información sobre el CC

Los relatos se articulan mediante diferentes fórmulas compositivas, siendo la más habitual la composición que denominamos **“Presentador + pieza”** (64%).

Entre uno y dos totales (1,3) de promedio y duración de 1´m. y 37´´ seg. promedio.



| LA “COMPOSICIÓN” EN LOS PROGRAMAS INFORMATIVOS (DIARIOS) | LA “COMPOSICIÓN” EN LOS PROGRAMAS TERTULIAS-DEBATES (DIARIOS Y NO DIARIOS) |
|--|---|
| Pres + Cnx + Entrevista | Presentador + colas (0 totales)+ contertulios-debate |
| Pres + Cnx + Piezas | Periodista en plató (directo) + colas + 2 totales |
| Presentador | Pres + entrevista + contertulios debate. (Imágenes en colas durante debate) |
| Presentador + colas | Presentador + colas (como imágenes de cierre del programa) |
| Presentador + Colas+ Total | Presentador + (contertulio) debate. |
| Presentador + Conexión directo | Presentador + entrevista + contertulios debate. (Imágenes en colas-ventana- durante entrevista) |
| Presentador + Entrevista | Presentador+ contertulios debate+ colas |
| Presentador + piezas | Presentador + contertulio+ entrevista |
| Presentador + Total (Entrevista) | |

Representación de la composición “presentador + pieza”

Presentador (directo) + pieza (grabada y editada)

Conflicto de baja intensidad

Figura H. 1- Representación de la estructura narrativa y composición más frecuente en las noticias sobre el cambio climático: “Presentador + pieza”.

| | | “PRESENTADOR + PLATÓ TV (DIRECTO)” | + PIEZA” (VTR-GRABADO) | | | | |
|--------------------------------------|------------|---|---|---|--|---|--|
| ESTRUCTURA NARRATIVA (3 ACTOS) | | PLANTEAMIENTO | DESARROLLO | | DESENLACE | | |
| COMPOSICIÓN: | | ENTRADILLA (PRESENTADOR PGM) | OFF+ IMÁGENES | TOTAL 1° | OFF+ IMÁGENES | TOTAL 2° | OFF+ IMÁGENES |
| IMAGEN VISUAL | | PRESENTADOR  | IMÁGENES  | DECLARANTE 1°  | IMÁGENES  | DECLARANTE 2°  | IMÁGENES  |
| IMAGEN SONORA | AUDIO 1 | VOZ PRESENTADOR | VOZ EN OFF | VOZ DEL DECLARANTE 1° | VOZ EN OFF | VOZ DEL DECLARANTE 2° | VOZ EN OFF |
| | AUDIO 2 | VOZ PRESENTADOR | AMBIENTES IMÁGENES | | AMBIENTES IMÁGENES | | AMBIENTES IMÁGENES |

Fuente: Elaboración propia

Hipótesis 4 :

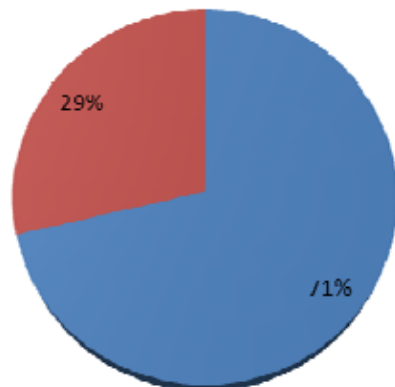
La línea editorial del medio y las condiciones económicas y empresariales del sector influyen en el tratamiento televisivo del CC, tanto en el número de noticias emitidas como en el tipo de producción, los recursos asignados para su elaboración y en las fuentes consultadas.

- Se confirman como indicadores de relevancia los recursos asignados para la elaboración de una noticia.
- Se manifiesta claramente la influencia de la **titularidad del medio sobre la línea editorial respecto al CC.**
- Otros factores influyentes son la *capacidad financiera* del medio, la **disponibilidad de recursos propios** para la producción.

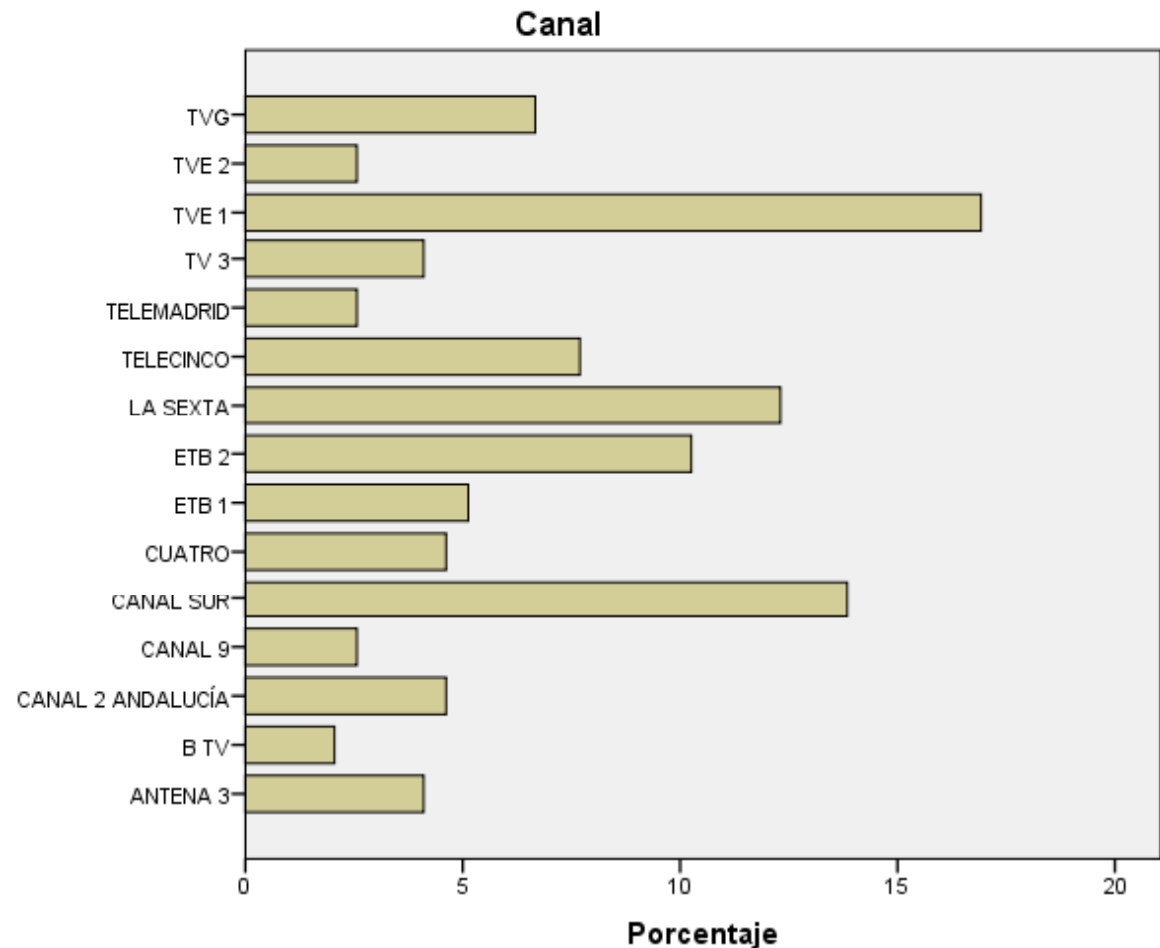


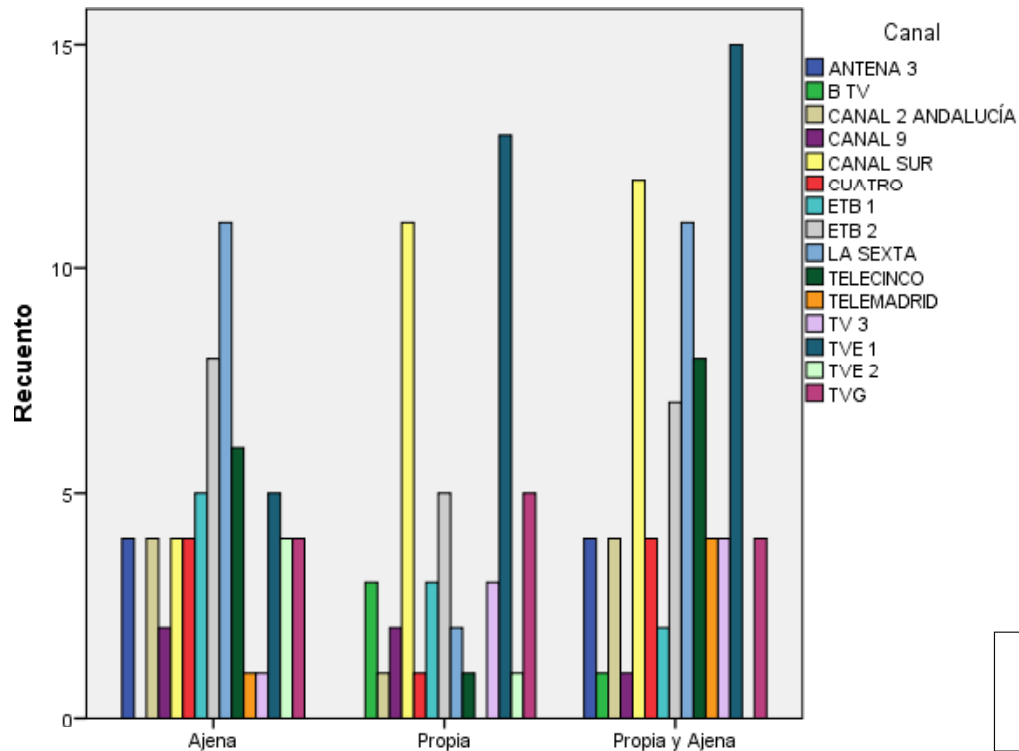
Porcentaje de noticias en función de la titularidad del canal televisivo

■ TV PÚBLICAS ■ TV PRIVADAS



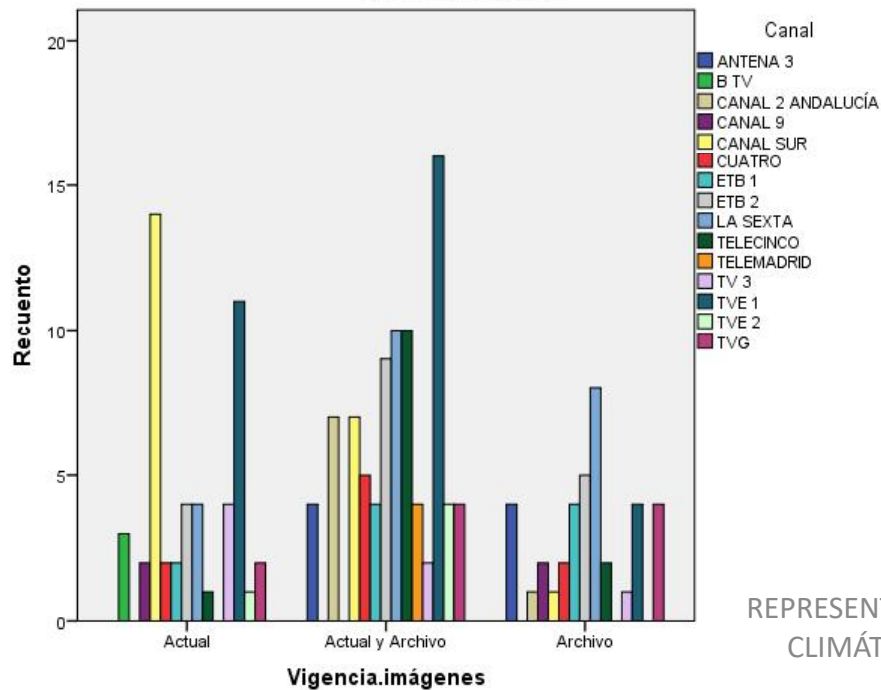
Canal





La línea editorial del medio en relación al CC influye en:

- Número de noticias emitidas,
- El tipo de producción de los materiales e imágenes (producción propia vs Agencia)
- La vigencia de las mismas.
- La composición de la noticia
- El número de declaraciones (fuentes consultadas) que contiene.



| Canal TV | Nº totales/ Canal |
|-------------------|-------------------|
| ANTENA 3 | 6 |
| B TV | 2 |
| CANAL 2 ANDALUCÍA | 8 |
| CANAL 9 | 4 |
| CANAL SUR | 17 |
| CUATRO | 6 |
| ETB 1 | 7 |
| ETB 2 | 13 |
| LA SEXTA | 16 |
| TELECINCO | 8 |
| TELEMADRID | 1 |
| TV 3 | 6 |
| TVE 1 | 20 |
| TVE 2 | 4 |
| TVG | 9 |
| Total | 127 |

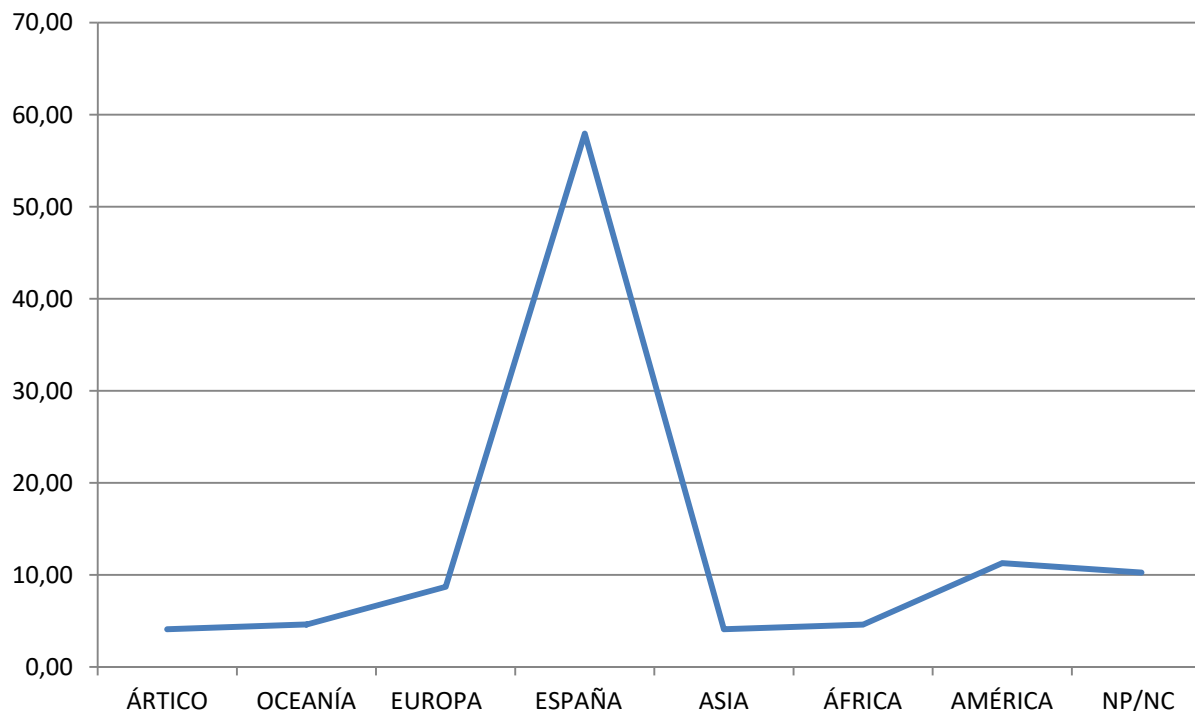
Hipótesis 5:

El CC es abordado como un fenómeno global y lejano en el tiempo y en el espacio,

sin representar las conexiones lógicas existentes entre los hechos locales que lo provocan y las posibles soluciones en relación a la producción y el consumo de energía.

La primera parte de esta hipótesis que alude a la lejanía en la representación del CC en el medio televisivo no ha sido confirmada, ya que el **57%** de los registros analizados se localizan en contextos territoriales próximos gracias a la labor de los centros territoriales de TVE y los entes públicos autonómicos. Fuera de nuestras fronteras se sitúa el **31,7%** (8,7% en territorio europeo- y el **23%** en terceros países)

Porcentaje de noticias/ Continentes



La segunda parte de la hipótesis ha sido confirmada:

- De los 195 noticias sobre CC analizadas sólo 5 destacan en su enmarcado la conexión con el consumo de energía.

Hipótesis 6:

La práctica periodística en España ha desterrado la práctica del falso “balance” en las noticias televisivas sobre CC y no incluye opiniones escépticas y/o negacionistas como réplica al mensaje de la ciencia del clima

Confirmado: No se han encontrado voces escépticas por parte de los declarantes ni apenas rastro de escepticismo en el emisor.

Solo el **2,6%** de los casos analizado y fundamentalmente en las tertulias, no en las noticias.

La falta de preparación de algunos periodistas ha provocado enmarcados erróneos de la información (Curri Valenzuela en el Programa “Alto y Claro” de *Telemadrid*) o posiciones erróneamente escépticas.

Es la tertulia “**Al Rojo vivo**” de *La Sexta* la que mayor número de registros aporta con contenido escéptico. Se identifican diversos tipos de escepticismo.



OBJETIVO 3 – *Identificar los rasgos característicos de la representación del CC en los jóvenes españoles y su percepción del riesgo.*

OBJETIVO CUMPLIDO- HIPÓTESIS VERIFICADAS

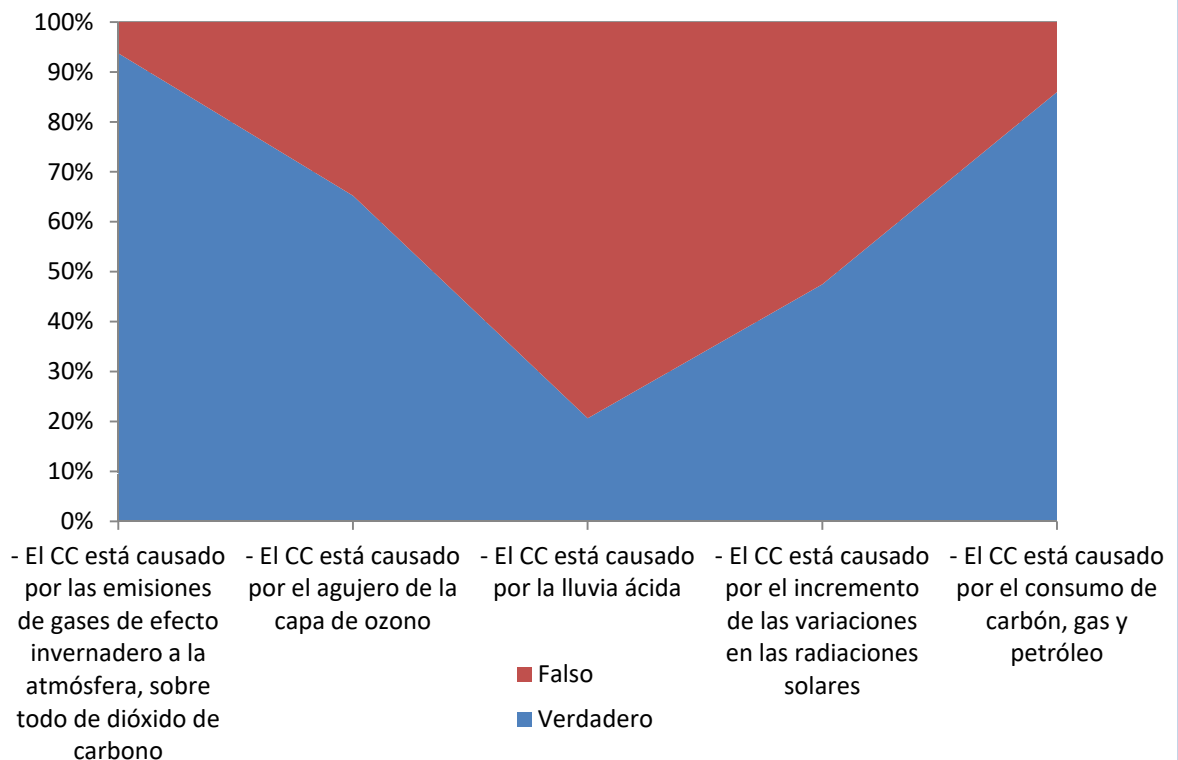
Hipótesis 7:

Los jóvenes por su edad y nivel de estudios constituyen la franja de población mejor informada sobre el cambio climático, influyendo la edad y la etapa educativa en su percepción del fenómeno.

- Su principal fuente de información sobre el CC es la televisión convencional, a la que dedican 2 horas diarias, por detrás de las páginas web y las redes sociales (+ 3 horas).
- Se consideran bastante informados sobre el fenómeno del CC.
- El conocimiento del problema es inferior en el grupo de menores.

- Suficientemente informados sobre las causas.
- Se constata una laguna de comprensión en el 65% de los encuestados al relacionar el agujero de la capa de ozono con el CC.
- Manifiestan poseer poca información sobre las soluciones posibles. Sólo el 51% de los encuestados asocia el Protocolo de Kioto con la solución al problema del CC.

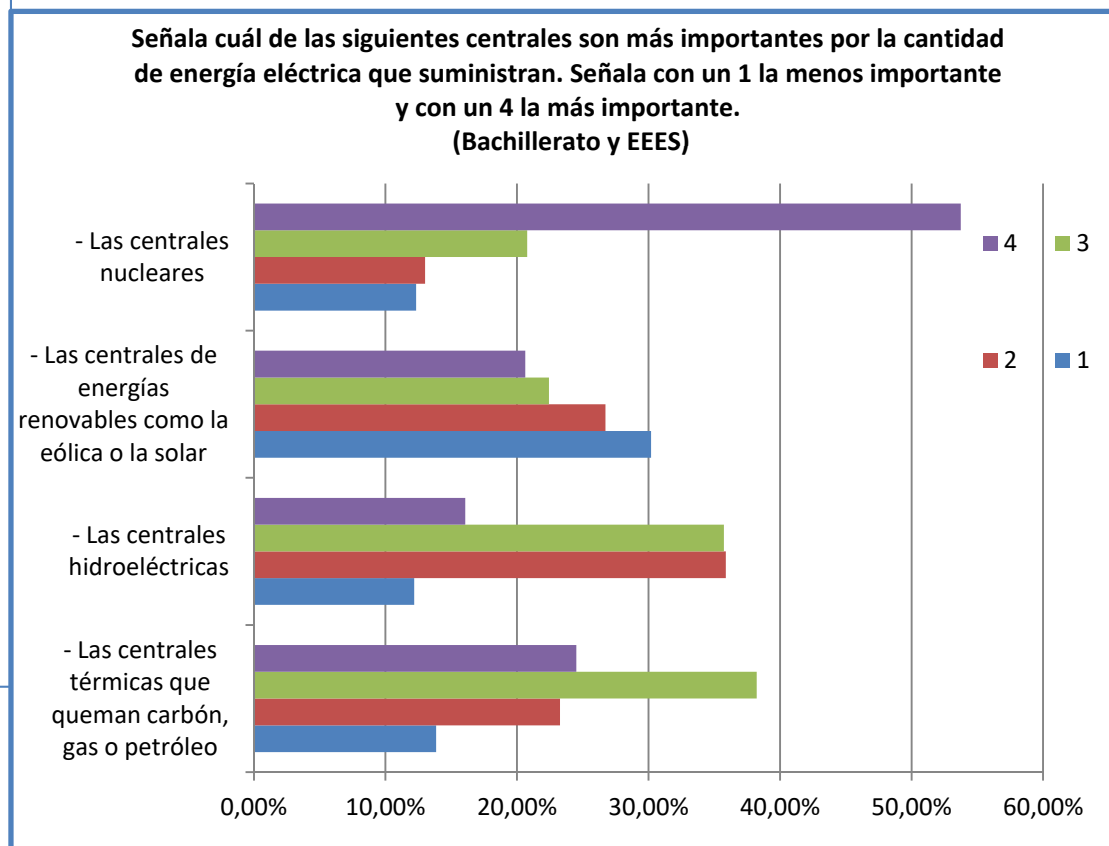
¿Cuál de las siguientes afirmaciones consideras que es verdadera o falsa?
(Bachillerato y EEES)



Hipótesis 8:

Los jóvenes no poseen una percepción clara sobre la naturaleza de las fuentes de energía, especialmente la energía eléctrica que consumen en su vida cotidiana.

HIPÓTESIS CONFIRMADA



**Informe REE
2013**

36,6%
Combustibles
fósiles

28%
Renovables

21,2% nuclear

14,2%
hidráulica

No otorgan la importancia que tienen las centrales que consumen combustibles fósiles en la cobertura de la demanda eléctrica, generando importantes emisiones de CO₂ a la atmósfera. **Este hecho altera su percepción de las causas en relación a la energía eléctrica y también de posibles soluciones.**

No son plenamente conscientes de la importancia que han ido ganando las fuentes de energía renovable, especialmente la eólica, en la cobertura de la demanda eléctrica.

Hipótesis 9:

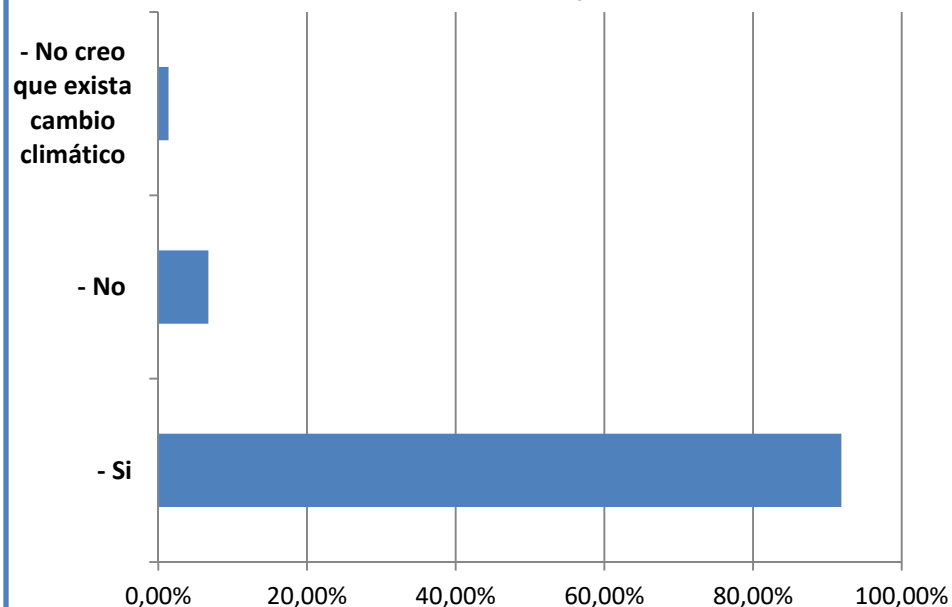
La mayoría de los jóvenes creen en la existencia del CC y en su origen “no natural” provocado por la actividad humana.

Su creencia en el CC y la preocupación que manifiestan no se corresponden con una elevada percepción del riesgo ni con un elevado nivel de implicación personal a la hora de actuar para combatirlo.

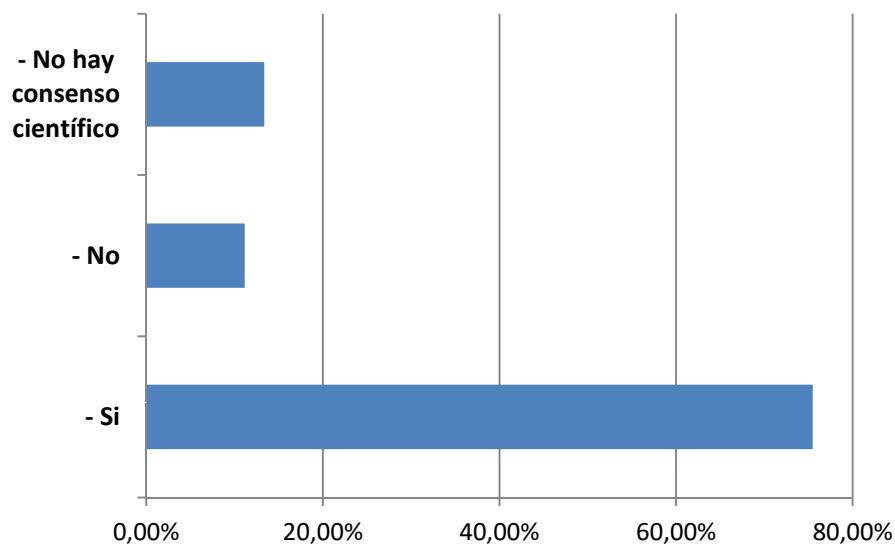
CONFIRMADA

REPRESENTACIONES DEL CAMBIO CLIMÁTICO- GEMMA TESO-

¿Crees que el calentamiento global del planeta provocado por la actividad humana es el causante del cambio climático?
(Bachillerato y EEES)



¿Crees que el cambio climático provocado por el ser humano es una evidencia científica?



Sí creen que el CC está ocurriendo **(Cierto)** y que el CG provocado por la actividad humana es la causa del mismo **(No Natural)**.

- La creencia en el CC es mayoritaria:
 - Por géneros
 - Por regiones
 - Por ideologías.

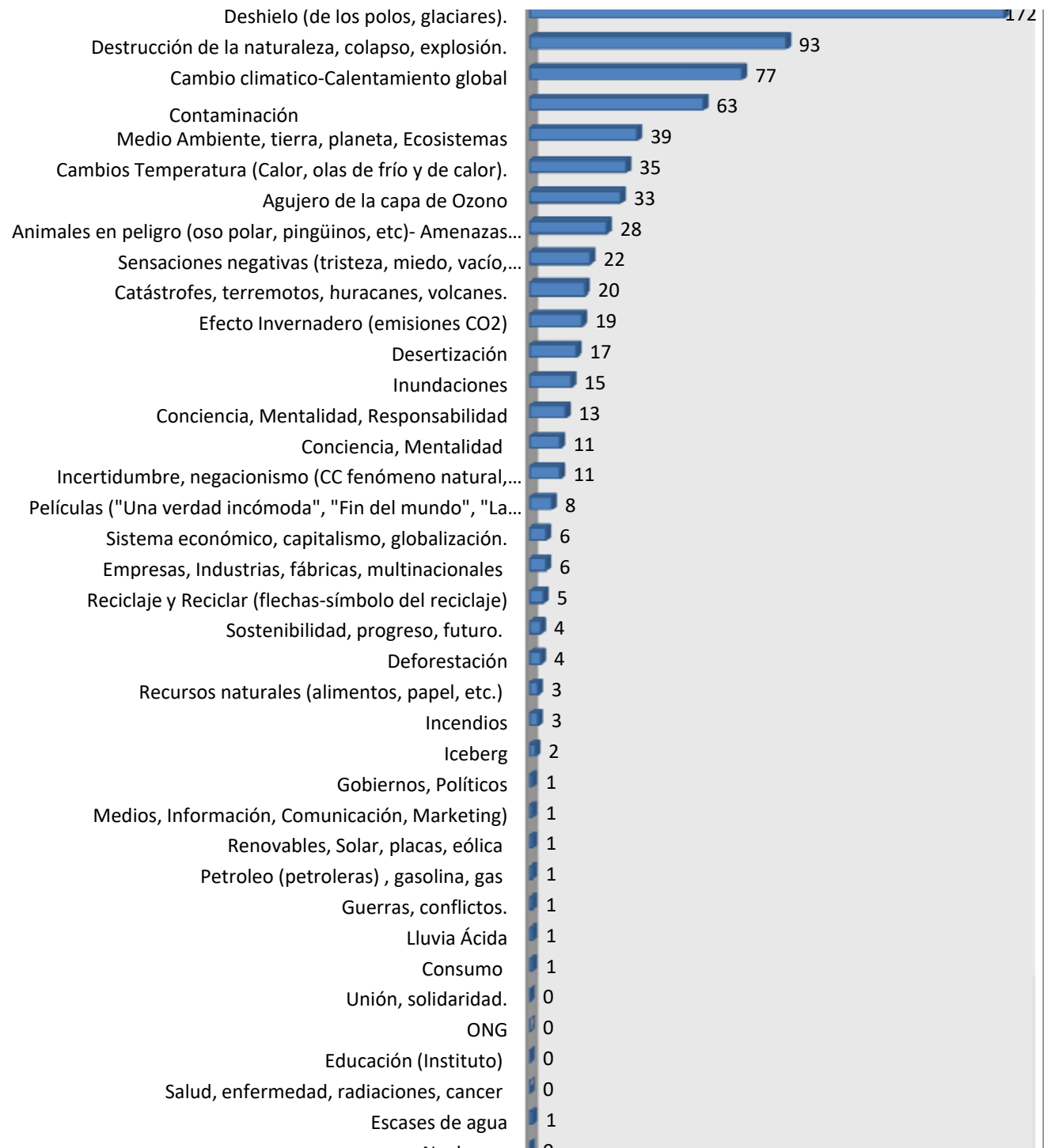
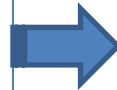
Hipótesis 9:

La segunda parte de la hipótesis:

“... Su creencia y la preocupación que manifiestan....”

SÍ SE CORRESPONDE CON UNA ELEVADA PERCEPCIÓN DEL RIESGO.

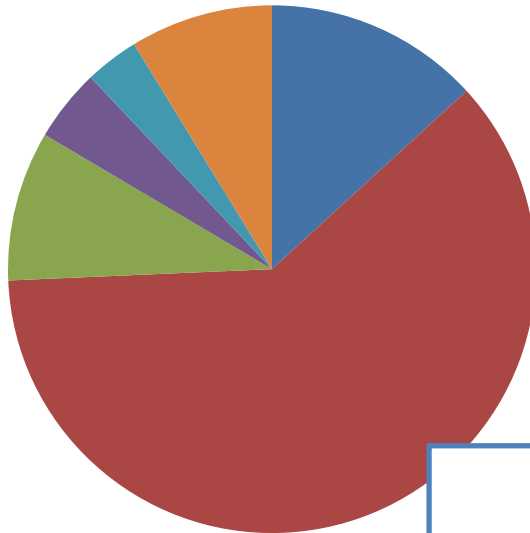
¡Ojo a la escasez de agua!



... PERO NO SE CORRESPONDEN CON UN ELEVADO NIVEL DE IMPLICACIÓN PERSONAL A LA HORA DE ACTUAR PARA COMBATIRLO.

¿Con qué afirmaciones te muestras más de acuerdo actualmente? (Bachillerato y EEES)

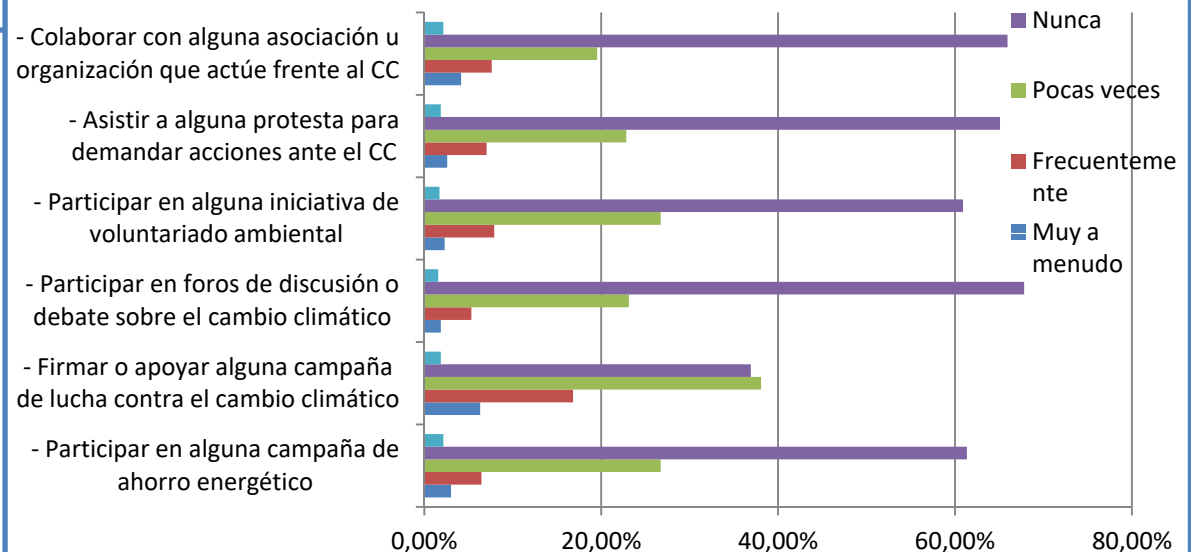
- - Hago todo lo que puedo por ahorrar energía
- - Creo que podría ahorrar más energía
- - No sé cómo puedo ahorrar más energía
- - Soy reticente a ahorrar energía
- - Ahorrar energía es demasiado esfuerzo para mí



LOS ENCUESTADOS:

- Confiesan tomar medidas para ahorrar energía (fundamentalmente por el ahorro económico).
- Disposición casi total a la hora de separar y reciclar los residuos
- Consideran que la toma de decisiones es global antes que local.
- Apoyan las medidas a tomar desde los gobiernos e instituciones
- Apoyan mayoritariamente las energías renovables
- Confiesan sentirse más dispuestos a implicarse activamente si perciben un mayor consenso y compromiso por parte de los gobiernos

¿Con qué frecuencia realizas alguna de estas actividades? (Bachillerato y EEES)



OBJETIVO 4 –Comparar desde una perspectiva transversal el discurso televisivo sobre el cambio climático con el discurso crítico de los expertos consultados, para identificar los elementos comunes y las diferencias más significativas entre ambas representaciones.

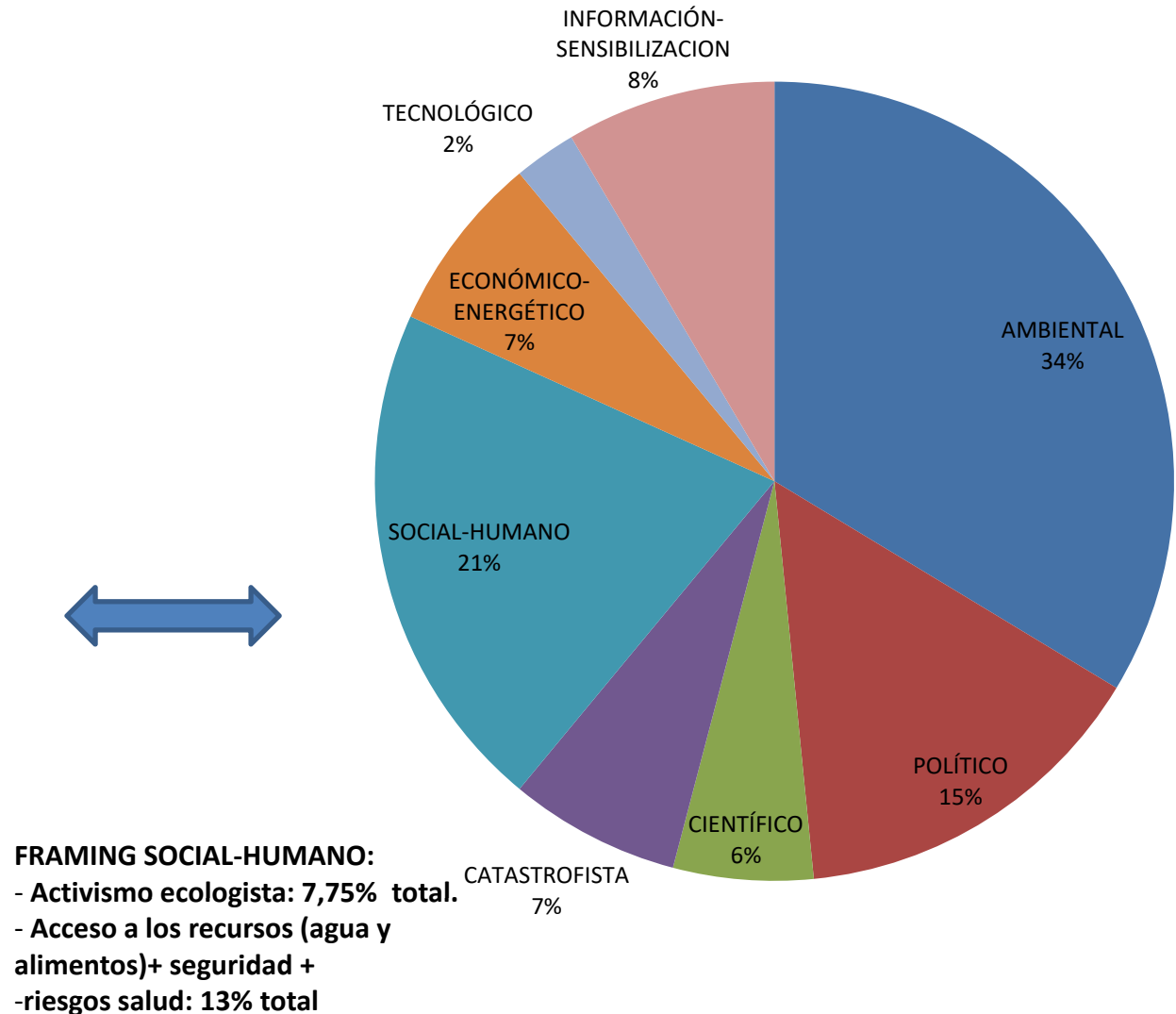
Hipótesis 10:

La información televisiva resulta insuficiente y poco clarificadora sobre las causas y las consecuencias del CC, especialmente sobre las dimensiones sociales de sus impactos.

HIPÓTESIS CONFIRMADA

La representación del CC que emana del discurso de los expertos ofrece un enmarcado predominantemente político, social, humano, científico y económico, con la energía en el como piedra clave tanto en las causas como en las soluciones.

Framing de la información de presentación de las noticias tv sobre CC



Hipótesis 11:

La información televisiva sobre el CC representa poco las soluciones, centrándose fundamentalmente en las medidas de mitigación, siendo poco representada la adaptación

HIPÓTESIS CONFIRMADA PARCIALMENTE

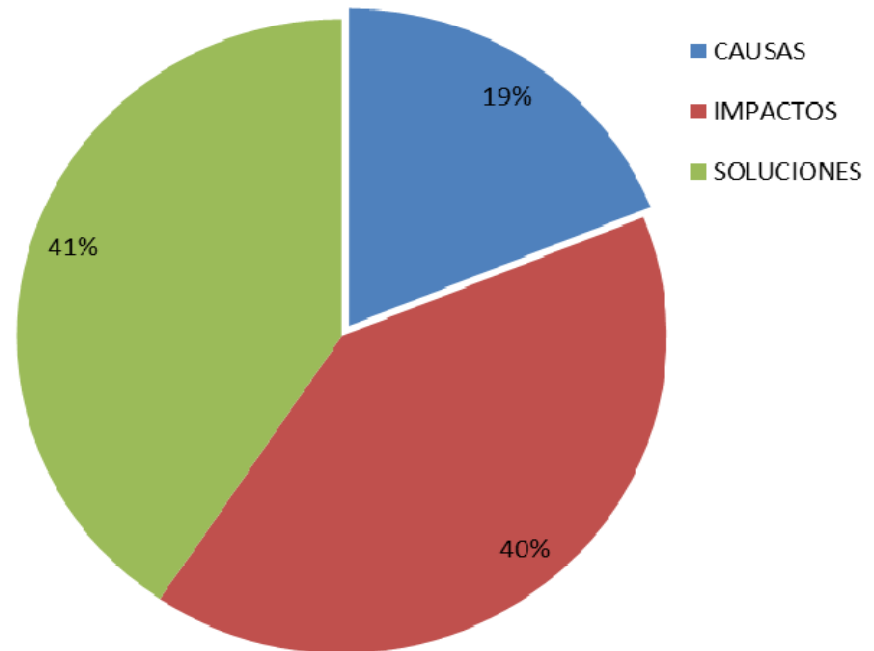
La hipótesis 11 consta de tres afirmaciones inter-relacionadas.

No es cierto que la televisión represente poco las soluciones: el 41% de los registros analizados destacan algún tipo de propuesta como solución en la presentación de la noticia.

El 69,2% de los registros analizados (135), sí ofrece solución el desenlace de la noticia aunque solo en el 41% la destaque en el enmarcado de presentación.

| SOLUCIONES | EXPERTOS (ENTREVISTADOS + PHILLIPS 66) |
|------------------------|--|
| ADAPTAR- ADAPTACIÓN | 42% |
| MITIGAR- MITIGACIÓN | 58% |

El enmarcado de las noticias en relación a las Causas, Impactos y Soluciones



Sí han podido confirmarse la segunda y la tercera parte de la hipótesis:

- Las medidas de mitigación sí ocupan un lugar importante en TV: ahorro energético y otras para la reducción de las emisiones junto a soluciones tecnológicas.

- La adaptación a las nuevas condiciones de vida son las fórmulas menos representadas en TV

OBJETIVO 5 –Identificar las principales diferencias y similitudes existentes entre las representaciones sociales del CC en el imaginario de los jóvenes y las representaciones llevada a cabo por la Televisión en España.

Hipótesis 12:

De acuerdo con Meira et al. (2011), la televisión es la principal fuente de información sobre el CC para la mayor parte de los ciudadanos y también para los jóvenes, por lo es posible encontrar elementos significativos que coinciden entre ambas representaciones del CC.

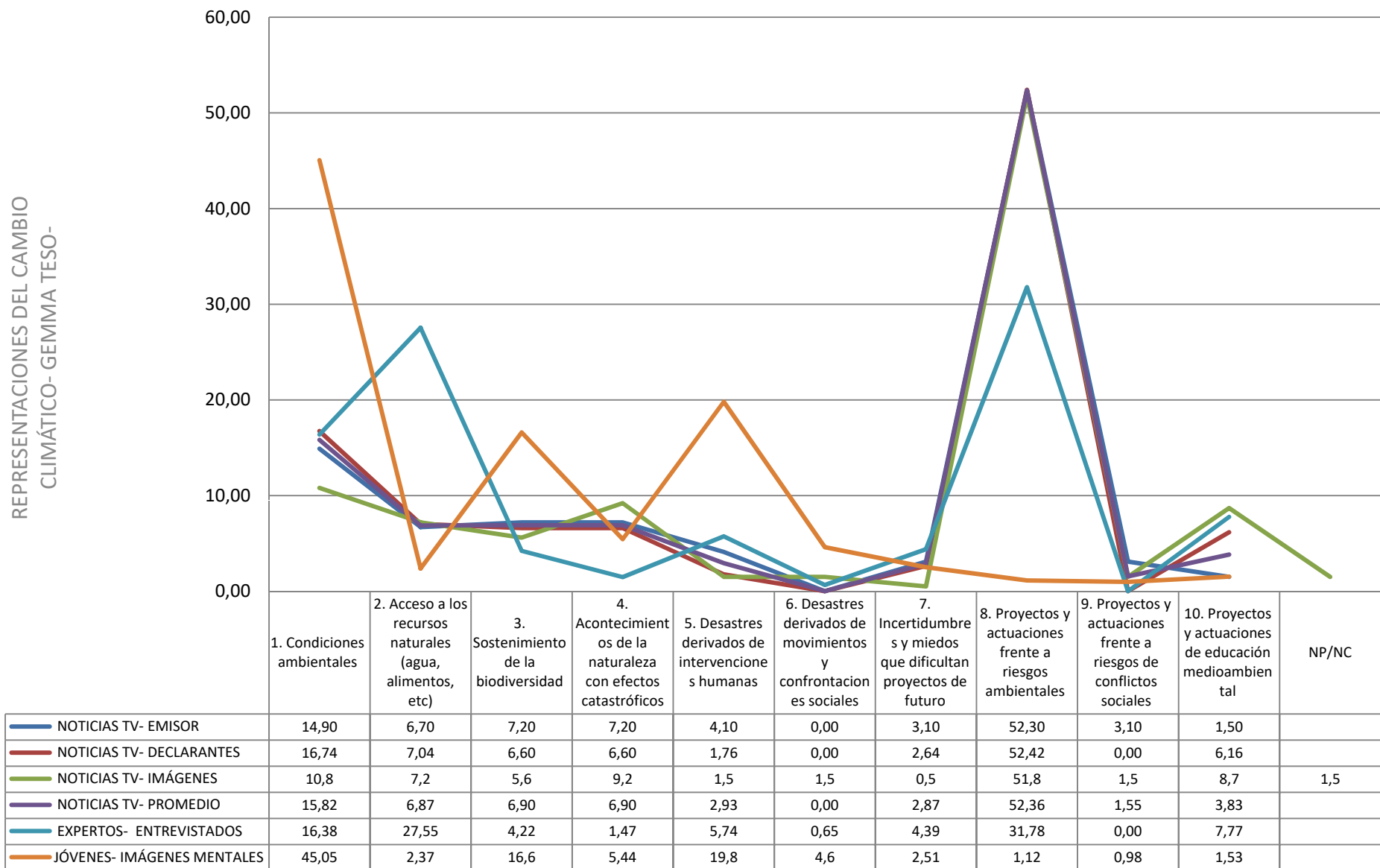
HIPÓTESIS VERIFICADA

Significativas coincidencias:

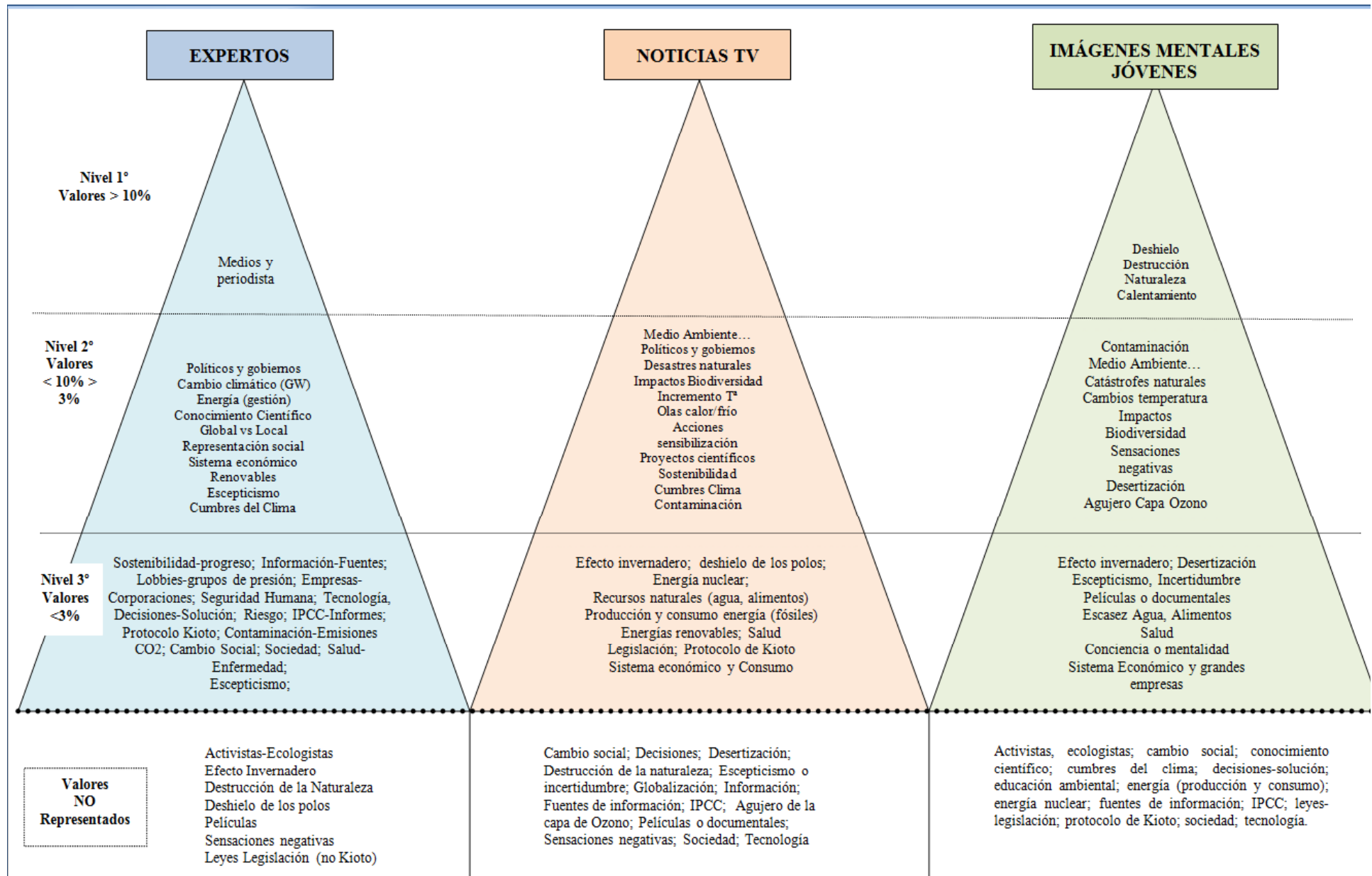
- El gran peso que tienen los impactos en ambas representaciones
- La escasa representación de las dimensiones humanas de los impactos.
- Las causas tienen poco peso en relación a los impactos en ambas representaciones.
- Ambos discursos apuntan como causa importante a la contaminación sin apuntar a los responsables de las mismas en TV.
- No se contextualiza la causa global del problema: sociedad de consumo.
- La energía está en gran medida ausente de ambas representaciones
- Grandes ausencias:
 - Las grandes empresas o corporaciones.
 - *lobbies* o grupos de presión organizados para interferir en la solución política del problema.
- El enmarcado de la solución como una responsabilidad política.
- Principal diferencia: la representación de las soluciones.**

EL CONTRASTE DE LOS RESULTADOS DEL ANÁLISIS ELEMENTOS DEL OBJETO DE ESTUDIO

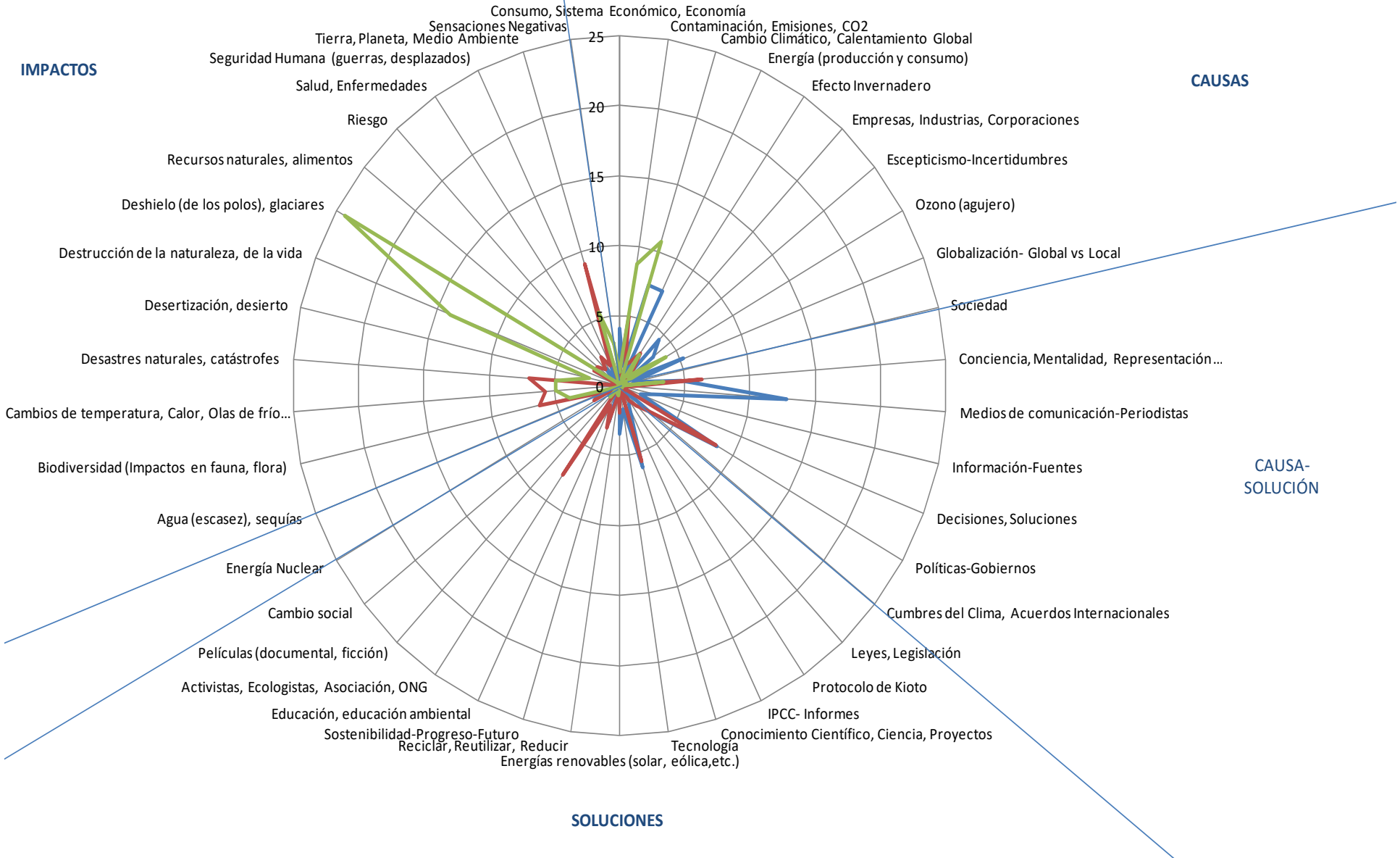
CATEGORÍAS TEMÁTICAS- Tópicos generales en relación al CC representados los discursos de los expertos, de las noticias televisivas y en el imaginario de los jóvenes



39 Valores: Palabras Clave - CC



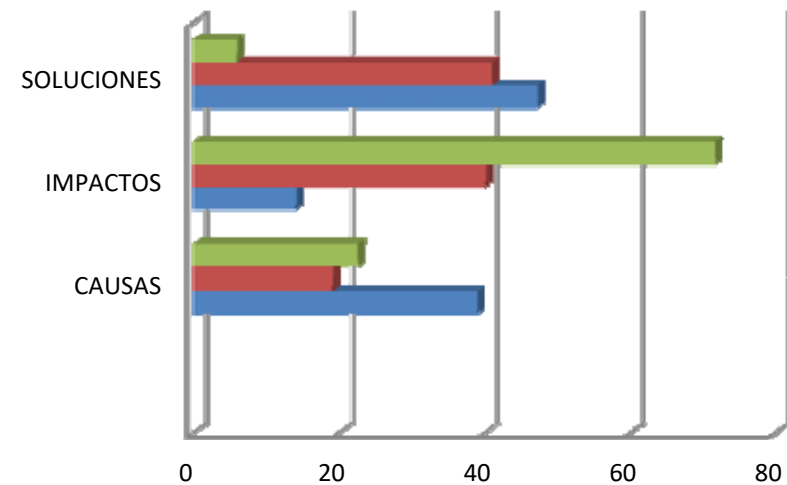
- EXPERTOS ENTREVISTAS (%)
- ENMARCADO NOTICIAS TV (%)
- JÓVENES IMÁGENES MENTALES (%)



REPRESENTACIONES DEL CAMBIO CLIMÁTICO- GEMMA TESO-

**OBJETIVO 6- Comparar desde una perspectiva transversal la representación del CC en el imaginario de los jóvenes con el discurso crítico de los expertos consultados, al objeto de identificar las principales lagunas y percepciones equivocadas presentes en la representación del CC en los jóvenes españoles.
(Exploratorio, no hipótesis)**

- El discurso de los expertos alude fundamentalmente a las causas (38,88%) y a las soluciones (47,22%), dejando en un segundo plano las alusiones a los impactos (13,88%).
- Las imágenes mentales de los jóvenes en relación al CC representan fundamentalmente por los impactos (71,59%) muy negativamente, las causas (22,53%) y muy escasamente por las soluciones (5,88%).
- **Los jóvenes en los grupos de discusión SI aluden a la globalización, a las empresas y al poder del sistema económico.**



| | CAUSAS | IMPACTOS | SOLUCIONES |
|---|--------|----------|------------|
| ■ IMÁGENES MENTALES JÓVENES (Porcentajes) | 22,53 | 71,59 | 5,88 |
| ■ NOTICIAS TV (Porcentajes) | 19 | 40 | 41 |
| ■ EXPERTOS (Porcentajes) | 38,88 | 13,88 | 47,22 |

OBJETIVO 7 : Formular las conclusiones y propuestas que permitan establecer líneas estratégicas para mejorar la comunicación audiovisual del CC, especialmente dirigida a los jóvenes -proyectos de educomunicación -.

HIPÓTESIS 13:

A partir de la investigación realizada siguiendo las líneas de trabajo establecidas, es posible elaborar propuestas para la mejora de la comunicación del CC y desarrollar nuevos proyectos de investigación aplicada centrados en la educomunicación.

CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DEL DISCURSO DE LOS EXPERTOS:

- Sobre la percepción del CC por parte de la ciudadanía.
- Sobre la representación del CC en los medios.

CONCLUSIONES SOBRE LA REPRESENTACIÓN DEL CC EN TELEVISIÓN:

- El enmarcado las noticias televisivas sobre CC
- Contenido y valores periodísticos de las noticias sobre CC
- Conclusiones del análisis narratológico.

CONCLUSIONES SOBRE LA REPRESENTACIÓN EL CC EN EL IMAGINARIO DE LOS JÓVENES.

- Conocimientos y percepción del riesgo.
- Actitudes y hábitos.
- Los jóvenes y la energía del futuro.

PROPUESTAS:

EXTRAIDAS DEL DISCURSO DE LOS EXPERTOS:

- La necesidad de una información mediada, selecta, elaborada, comprensible.
- El CC debe entrar en la agenda mediática incrementando su presencia y relevancia.
- Recomendaciones.

PROPUESTAS PERSONALES

APORTACIONES PERSONALES

- Establecer una estrategia global multimedia para la comunicación.
- Definir protocolos de comunicación.
- El incremento de la cobertura informativa de la actualidad en relación al CC en los informativos diarios
- Incrementar la duración de las noticias con el objetivo de que se amplíe el desarrollo del conflicto
- La elaboración de reportajes en profundidad para programas informativos no diarios
- La creación de secciones en programas ya implantados en las rejillas de programación
- Incorporación de las propuestas y las políticas aplicadas en relación al CC a los debates televisivos
- El diseño y la producción de nuevos formatos de programas de divulgación y actualidad sobre el CC
- La producción de obras de ficción
- La creación de contenidos audiovisuales educativos
- El diseño y creación de contenidos que incorporen nuevas estrategias narrativas transmedia.

¡MUCHAS GRACIAS!

