

La Educomunicación del Cambio Climático para la Transición Ecológica

La evaluación experta de los educadores ambientales y los resultados del análisis de la comunicación en los medios



Observatorio de la Comunicación del Cambio Climático

Grupo de Investigación MDCS- UCM y ECODES

QUIENES SOMOS:

EQUIPO INVESTIGADOR:

- Gemma Teso
- Juan Antonio Gaitán
- Rogelio Fernández-Reyes
- Carlos Lozano
- Enrique Morales
- Patricia Sánchez-Holgado
- Carlos Arcila
- Jaime López- Díez
- Alejandro Barranquero
- Isidro Jiménez Gómez
- José Luis Piñuel



Con la colaboración de:



Antecedentes

- **Diciembre de 2018.** Asociación de la prensa: Primeros pasos del Acuerdo.
- **Marzo de 2019:** Presentación del *Decálogo de recomendaciones para comunicar el CC en los Medios*. Conferencia *Change the Change* (+ de 80 medios firmantes)

<https://ecodes.org/noticias/decalogo-recomendaciones-cambio-climatico#.XPzX2FwzaUk>

- **Enero de 2020:** Presentación del Primer Informe del Observatorio (2019)

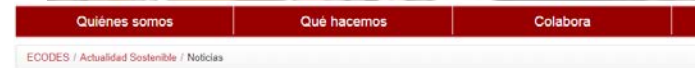
https://ecodes.org/images/quehacemos/pdf_MITECO_2019/INFORME_OBSERVATORIO_COMUNICACION_CC.pdf

- **Enero de 2021:** Presentación del Segundo Informe del Observatorio (2020)

<https://ecodes.org/hacemos/cambio-climatico/movilizacion/medios-de-comunicacion-y-cambio-climatico/presentacion-del-informe-la-comunicacion-social-del-cambio-climatico-y-de-la-transicion-ecologica-en-2021>

- **Enero de 2022:** Presentación del Tercer Informe del Observatorio(2021)

<https://ecodes.org/noticias/decalogo-recomendaciones-cambio-climatico#.XPzX2FwzaUk>



Decálogo de recomendaciones para informar sobre el cambio climático

Miércoles 05 de Junio de 2019



A finales de 2018, la Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES), gracias al apoyo de la European Climate Change Foundation and con la colaboración del Grupo de Investigación Mediación Dialéctica de la Comunicación Social (MDCS) de la Universidad Complutense, reunieron a investigadores y profesionales de la comunicación, con el objetivo de elaborar un decálogo de compromisos sobre cómo comunicar el cambio climático.



El resultado de esa jornada y del debate posterior, es el decálogo que aquí os adjuntamos. Este documento de Comunicación y el Cambio Climático" ambiciona romper el actual desequilibrio entre el reto que supone climático para el conjunto de la Humanidad, su relevancia en el ámbito científico y su escasa presencia en la vida cotidiana.



20 minutos
97.7 Radio Levante
Agencia de Noticias
Agencia Efe
Agencia SINC
APIA (Asociación de Periodistas de Información Ambiental)
AralInfo
Atresmedia
BizkaiaGaur
Cadena COPE
Cadena SER
CARTV
Catalunya Radio
Colegio de Periodistas de La Rioja
ComunicaRSE
Corresponsables
Ctxt
Diari de Girona
Diario de Ibiza
Diario de Mallorca
Diario La Rioja
Diario Responsable
Ecoticias
EiTB
El Ágora, diario del agua
El Correo
El Día
El Diario Vasco
El País
El Periódico de Catalunya
eltiempo.es
Empordà
Ethic
Europa Press
Faro de Vigo
Federación de Sindicatos de Periodistas, FeSP

Gara
GipuzkoaGaur
Grupo COPE-Popular TV
delegación La Rioja
Grupo Noticias
Guía Financiación Empresarial
Infolibre
Información
Información TV
La Hora Digital
La Nueva España
La Opinión de A Coruña
La Opinión de Málaga
La Opinión de Murcia
La Opinión de Tenerife
La Opinión-El Correo de Zamora
La Provincia
La Razón
La Vanguardia
La Verdad de Murcia
Levante TV
Levante-EMV
Mallorca Zeitung
Noticias de La Rioja
Nova Ciencia
Nuevecuatrouno
Regió 7
Revista Ambienta
Rioja2.com
RTVE
RTVE delegación La Rioja
Servimedia
Sindicato de Periodistas (SPIR)
Sostenible.cat
Superdeporte
Tendencias21
TV3
TVR
Voz Pópuli



Medios de comunicación firmantes:
Agencias de noticias
Prensa convencional
Prensa digital
Radio
Televisión

Buscador: *Decálogo + Comunicación + Cambio Climático+ Ecodes*

<https://ecodes.org/hacemos/cambio-climatico/movilizacion/medios-de-comunicacion-y-cambio-climatico/decalogo-de-recomendaciones-para-informar-sobre-el-cambio-climatico>



El 8 de abril de 2019 el sitio web de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (UNFCCC son sus siglas en inglés) publicó estas diez recomendaciones en su web oficial. Web oficial de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático <https://unfccc.int/es/news/diez-consejos-para-informar-sobre-el-cambio-climatico>



¿Cómo funciona el Observatorio?

Seguimiento y análisis de la comunicación del CC en diferentes soportes: **Radio, TV, Prensa, Online, Twitter, Youtube**

Desarrollo de **proyectos de educomunicación** para innovación aplicada y transferencia del conocimiento

Evaluación experta de la comunicación.
Los datos empíricos son puestos a disposición de los profesionales y expertos

Organización periódica de **foros de encuentro e intercambio de experiencias** entre profesionales e investigadores de la Comunicación



¿Cómo trabaja el Observatorio?



TRIANGULACIÓN METODOLÓGICA

Garantiza la validez y confiabilidad de la investigación
(Campbell, 1959; Denzin, 1975)

Triangulación de Técnicas y Métodos	Triangulación fuentes expertas	Triangulación Teórica	Triangulación de datos
Cuanti- cuali; intra e inter-métodos	6 perfiles expertos (observadores)	Mediación dialéctica Perspectiva teóricas cruzadas	Fuentes de datos diversas (expertos/ contenido/ percepción)
Análisis transversal y longitudinal	Profesionales de la comunicación y expertos interdisciplinares	Seguimiento del estado de la cuestión en la investigación científica a nivel nacional e internacional	Análisis del contenido/ productos de la comunicación social

***Prueba de
Krippendorff***

**Convergencia
analistas**

Seguimiento de soportes y medios

	2019	2020	2021
Enfoque	Cualitativo-cuantitativo	Nomotético	Nomotético
Técnica	Análisis de contenido	Cuantitativo	Cuantitativo
Tipo Muestreo	Estructural	Análisis de contenido de meses de semanas naturales	Análisis de contenido de meses de semanas naturales
		(Kayser, J., 1961).	(Kayser, J., 1961).
Soportes y Medios Seguidos	Radio Televisión Prensa convencional	Radio Televisión Prensa impresa Prensa online Fuentes online	Radio Televisión Prensa impresa Prensa online Fuentes online
Redes Sociales	Twitter	Twitter	Twitter Youtube
Periodo de seguimiento	Semana de Acción Climática-septiembre 2019	Junio-septiembre 2020	Enero-junio 2021
Fuente de datos	Kantar Media My News Twitter: API- REST	Kantar Media My News Twitter: API- REST	Kantar Media Pressclipping My News

Fuente: Teso & Morales, 2021

UNIDADES DE ANÁLISIS EN EL PRIMER SEMESTRE DE 2021

MEDIOS CONVENCIONALES	RADIO	TV	PRENSA	ONLINE (incluye prensa online)
PRIMERA SEMANA	106	50	73	100
SEGUNDA SEMANA	50	31	51	100
TERCERA SEMANA	192	82	102	100
CUARTA SEMANA	67	31	136	100
TOTALES	315	194	362	400
1271 UNIDADES DE ANÁLISIS Fuente: pressclipping				Kantar Media. Universo infinito (más de 100.000 casos) p = q = 50, Margen de error de ± 5%, con un coeficiente de confianza del 95,5% (2 sigma). Buscador My News. (Diarios impresos)
TWITTER	586	77	REDES SOCIALES	
			663	

	2019	2020	2021
Enfoque	Cualitativo/ Cuantitativo	Cuantitativo	Cualitativo
Técnica	Encuesta Grupo de discusión	Encuesta online- Cuestionario Semi- Estructurado	Jornada de debate Técnica: Phillips 66
Tipo Muestreo	Cualitativo Estructural	Cualitativo Estructural	Cualitativo Estructural
Periodo de consulta	Septiembre/Octubre	Septiembre/Octubre	Octubre 2021

El trabajo con profesionales y expertos



LA ACTUALIZACIÓN DEL DECÁLOGO/GUÍA PARA LA COMUNICACIÓN SOCIAL DEL CAMBIO CLIMÁTICO Y DE LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA.

TÉCNICA APLICADA: *PHILLIPS 66*



RESULTADOS

PERSPECTIVAS/ENMARCADOS

TRATAMIENTO/
NARRATIVAS



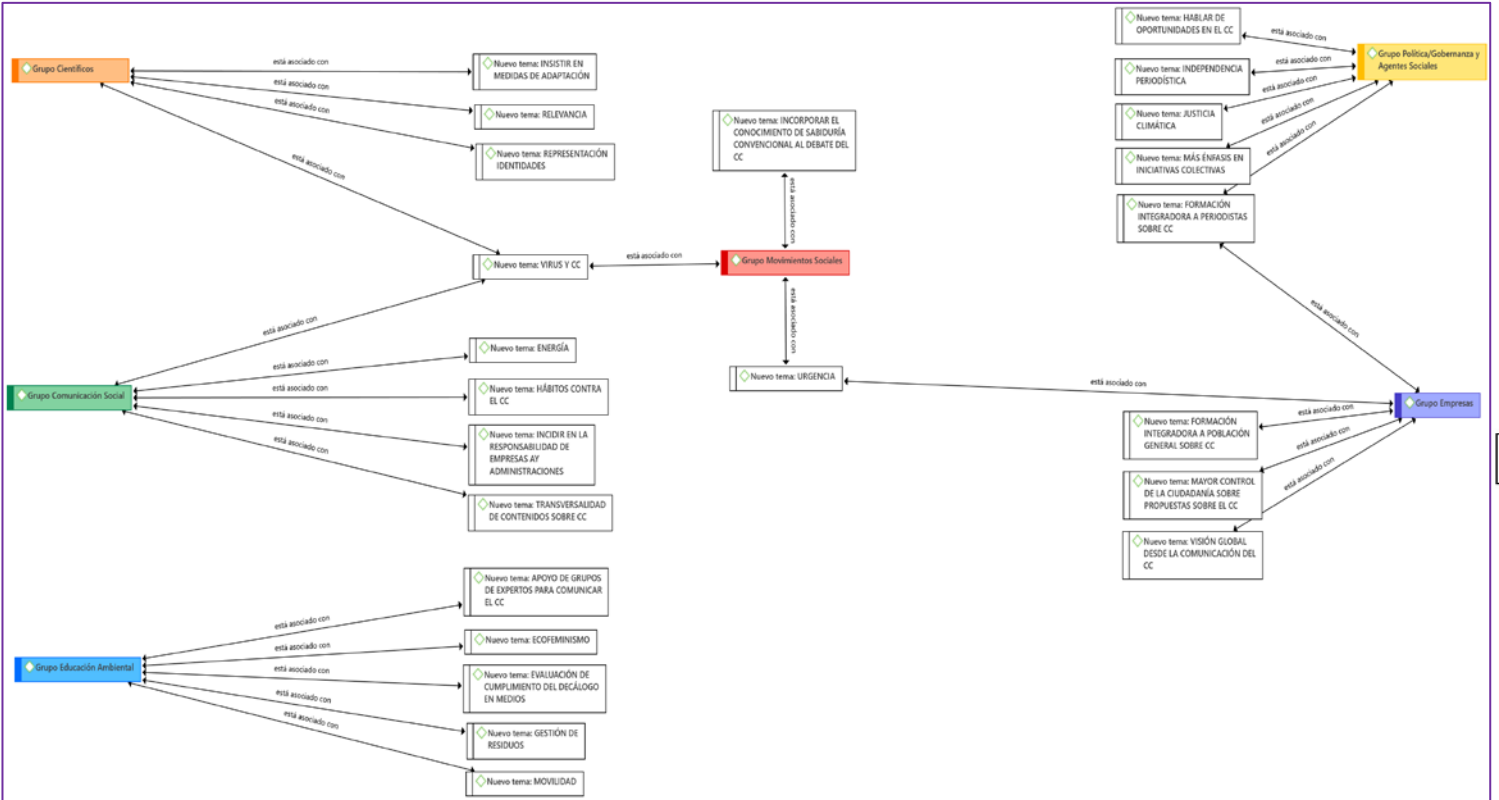
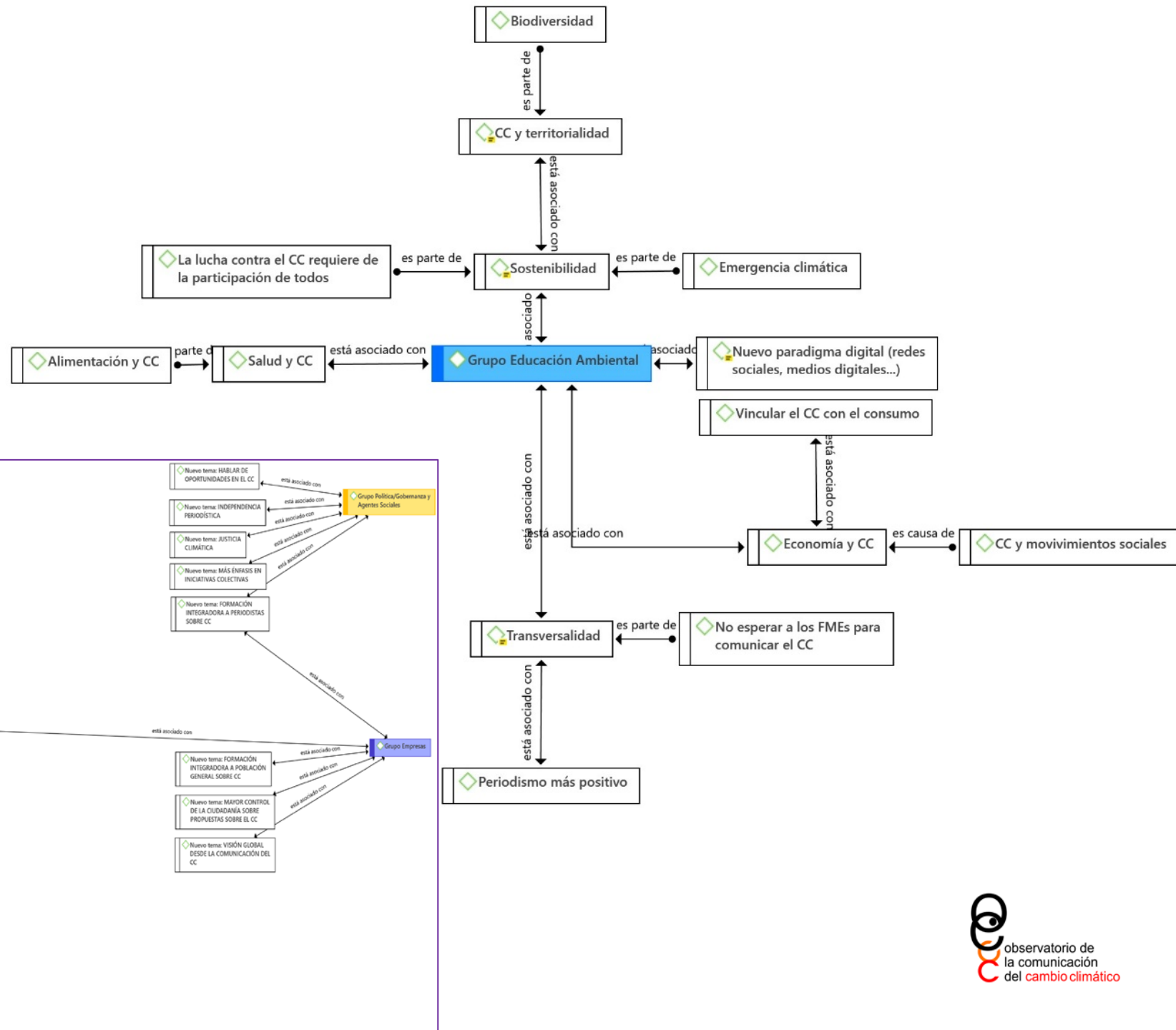
MENSAJE/CONTENIDO/
REFERENCIA

ESTRUCTURAS/
SOPORTES
ECOSISTEMA DIGITAL

TRANSFORMAR LA COMUNICACIÓN PARA FAVORECER LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA

Phillips 66

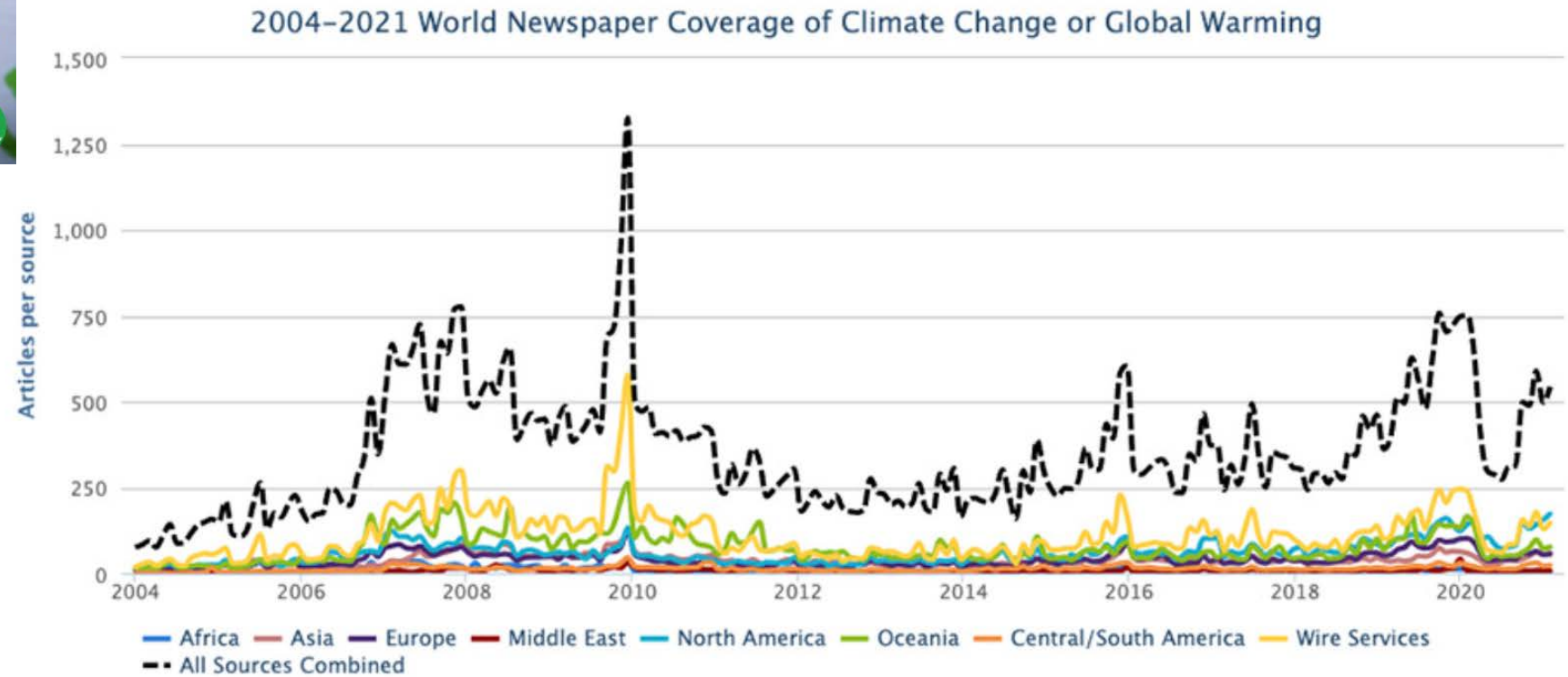
LAS APORTACIONES DE LOS EDUCADORES AMBIENTALES



2019



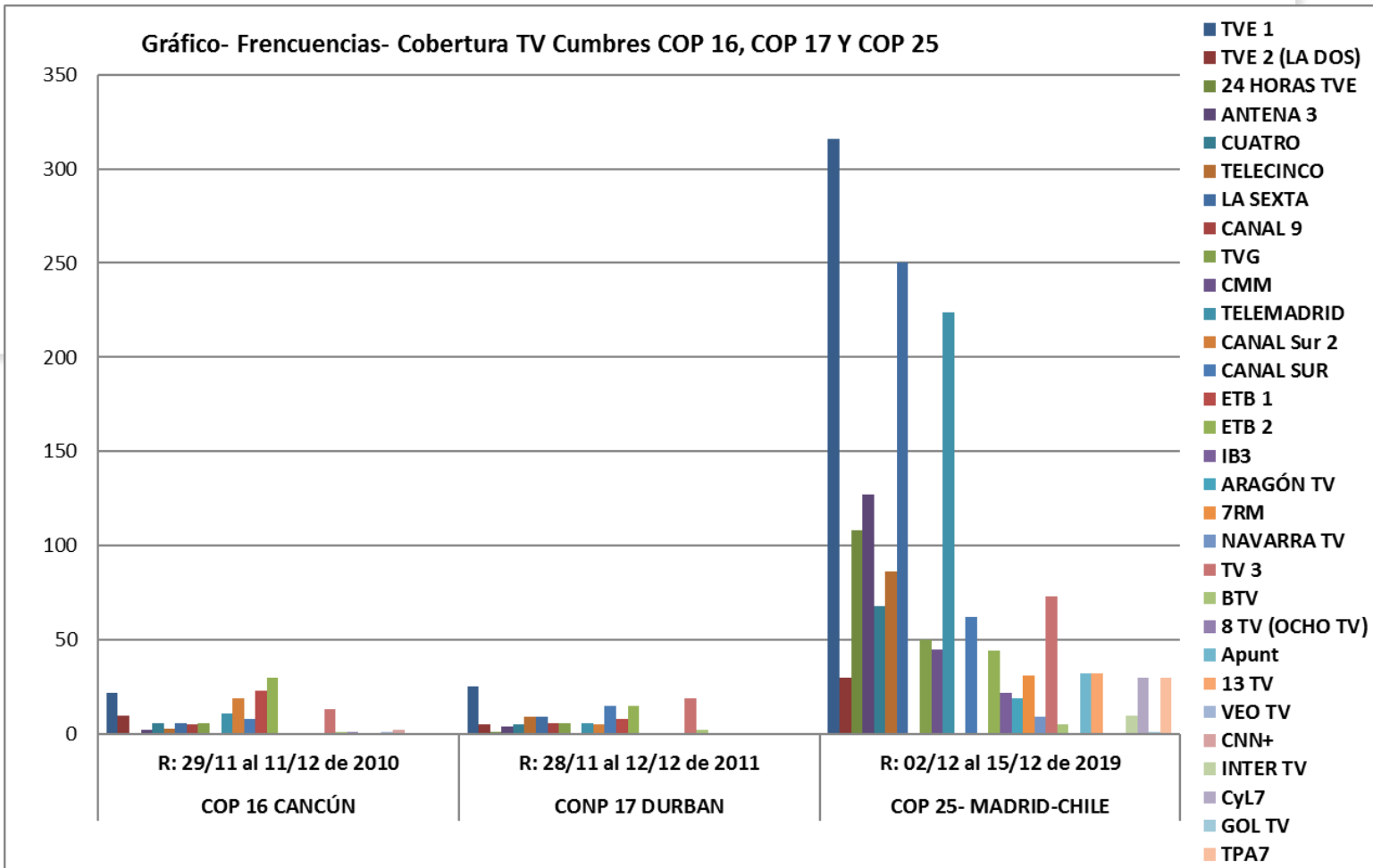
El año de la acción climática



60 LÍDERES MUNDIALES

Newspaper media coverage of climate change or global warming in print sources in seven different regions around the world, from January 2004 through January 2021. Fuente: MeCCO.

COP 25- 2019

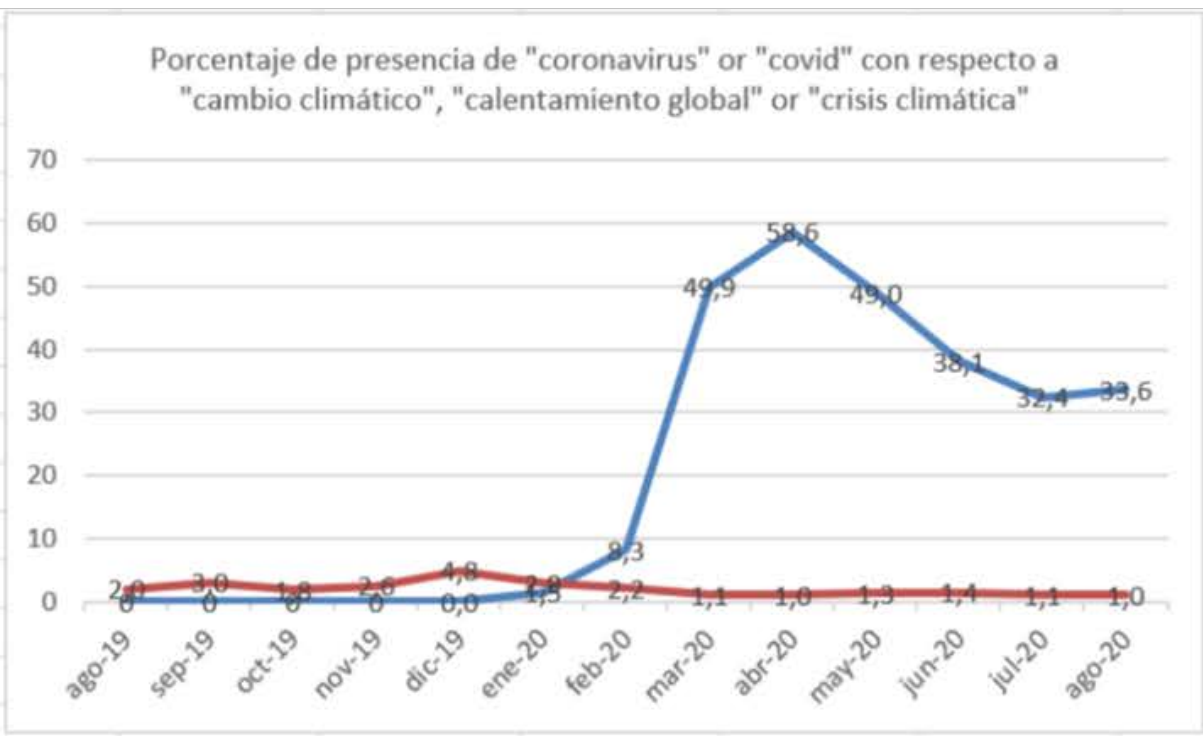


Fuente: Fernández-Reyes, Rogelio & Teso, Gemma (2020). ReCAMBIA

2020- ¿Quién nos robó la primavera?

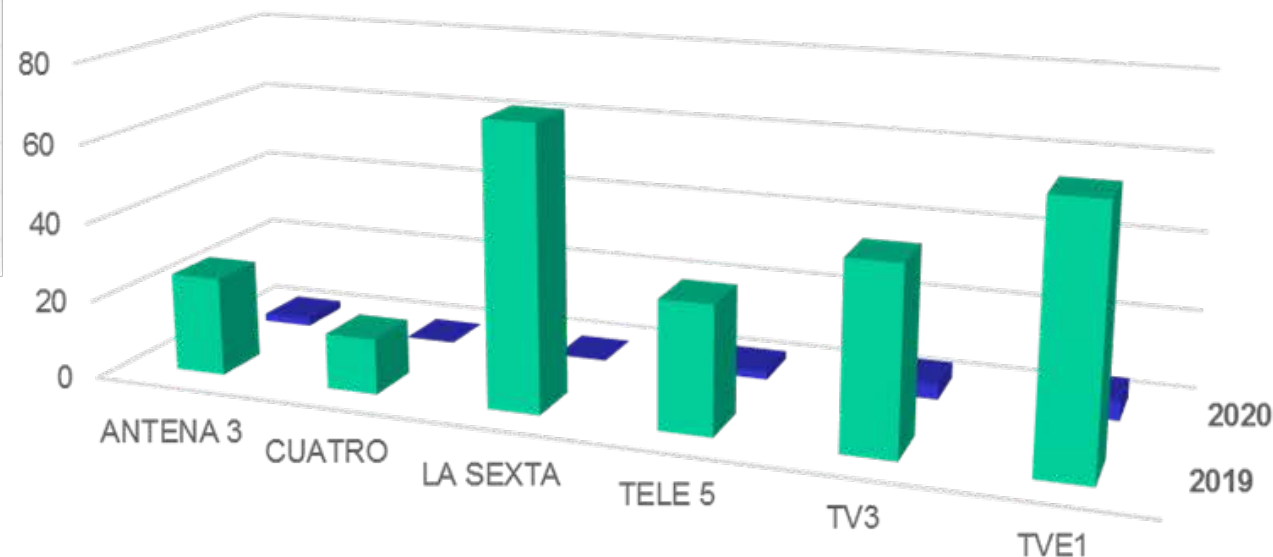


Fuente: Sky Channel



Fuentes: Fernández- Reyes, ReCambia (2020)

Cobertura del CC en TV durante los mismos periodos de Septiembre de 2019 y 2020



■ 2019 ■ 2020 Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por Kantar Media



2021 Next Generation is coming...

Se incrementa la presencia del cambio climático en los distintos soportes y medios y se convierte en una referencia informativa diaria

Se incrementa la transversalidad del CC como contenido en programas con formatos más diversos y como asunto de interés público en géneros periodísticos de opinión



Fuente: Morales & Lozano (2021). III Informe Observatorio CCC



COP 26

Conflicto laboral ante futura ley de costas

Ley de Cambio Climático y Transición Energética

“Eco-ansiedad” o “Solastalgia

Cumbre de líderes sobre el Clima

Contenido mediático y educomunicación del CC 2019-2020

ENMARCADO PREDOMINANTE Y FUENTES %									
Tipo enmarcado:	PRENSA			RADIO			TELEVISIÓN		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
AMBIENTAL/ BIODIVERSIDAD	NC	25,5	19,4	NC	4,9	13,1	NC	21,6	19,3
CIENTÍFICO	8.82	6,7	7,9	25,64	9,7	6,4	23,08	2	9,4
ACTIVISMO- PROTESTAS	(En Social)	7,2	5,8	(En Social)	9,7	4,4	(En Social)	5,9	2,8
POLÍTICO	55,88	25	26,7	66,67	48,5	39,9	48,08	21,6	33,7
SOCIAL-CULTURAL	35,29	5,3	7,3	53,85	1	7,1	69,23	3,9	7,7
TECNOLÓGICO	0	4,8	9,4	0	1,9	2,7	0	2	3,9
ECONÓMICO	14,71	17,8	13,6	12,82	12,6	19,7	5,77	7,8	6,1
SALUD	0	2,4	0,5	10,26	1	4,2	0	0	2,8
FME	0	4,3	1,6	2,56	10,7	1,5	5,77	2	14,4
OTRO	NC	NC	7,9	NC	NC	1	NC	NC	0

Datos Porcentuales. Puede haber más de un encuadre predominante

Fuente: Morales & Teso 2022. Observatorio CCC

Prevalencia del enmarcado político como marco de referencia y emergencia de los marcos de la salud en 2020 económico en 2021

La teoría de la representación social reconoce la importancia de los *frames* o encuadres como forma en la que la población conceptualiza el fenómeno del CC y lo convierte en un constructo social (Entman, 1993).

Painter & Schäfer (2017): los encuadres dominantes en la comunicación del CC parecen ser similares en numerosos países.

Prevalentes: marcos científicos (ciencia cierta vs ciencia incierta), político, económico y moral. Menos frecuentes los que abordan este fenómeno como un problema de salud (Schäfer & O'Neill, 2017).

Criterio de evaluación: Los apartados del Decálogo de recomendaciones para la comunicación del CC en los medios

1. Promover la frecuencia y la continuidad de información sobre cambio climático de calidad

La información sobre el CC llega al *prime time* de la radio y de la televisión

Mejoran algunos indicadores de la relevancia otorgada al CC en los medios como son los horarios de emisión en radio y en televisión, mientras que la duración de las piezas sigue siendo un hándicap.

Jesús de la Osa
@jesusdelaosa

La encuesta sobre clima más grande de la historia: el 64% de las personas considera el cambio climático una emergencia - @LMClimatica



6:50 p. m. · 27 ene. 2021 · Twitter for iPhone



Fuente: TV3. Dia de la Terra contra el canvi climàtic, 22 de abril de 2021

GÉNERO PERIODÍSTICO (PRENSA) Y GÉNERO PROGRAMA (EN RADIO Y TELEVISIÓN)

PRENSA %

Género periodístico	2019	2020	2021	TIPO DE IMÁGENES	2019	2020	2021
NOTICIA	32,35	67,8	52,4	FOTOGRAFÍA	32,35		73,3
REPORTAJE	14,71	13	24,1	GRAFICO	0		1
CRÓNICA	2,94	2,9	4,2	TABLA	0		1
EDITORIAL	8,82	2,9	1	DIBUJO	5,88		0,5
OPINIÓN	41,18	11,1	16,2	MAPA-INFOGRAFÍA	0		1,6
ENTREVISTA	0	1,9	2,1	SIN IMÁGENES	61,76		22,5

RADIO %

TELEVISIÓN %

Género Programa (PGM)	2019	2020	2021	Género PGM	2019	2020	2021
INFORMATIVOS	58,97	38	47,3	NOTICIAS	65,38	58,8	62,4
TERTULIA/ DEBATE INFORMATIVO	20,51	13,6	28,1	INFORMATIVO/ ACTUALIDAD	3,85	13,7	8,3
MAGACINE	20,51	48,5	24,6	MAGACINE	11,54	7,8	14,4
INFOSHOW	0	0	9	INFOSHOW	13,46	0	14,9
DOCUMENTAL	0	0	0	DOCUMENTAL	0	0	0
				TERTULIA/ DEBATE	5,77	13,7	0

Datos Porcentuales. Fuente: Morales & Teso 2022

2. Incidir no sólo en los impactos del cambio climático sino también en las causas y las soluciones.



El cambio climático no es solo un motivo de emigración en sí mismo, sino que es un “factor multiplicador de las amenazas”. Un 95% de la superficie del lago Chad ha desaparecido, provocando al mismo tiempo una guerra en el noreste de Nigeria.

#Refugio



OelDiario.es

eldiario.es

Los desplazados climáticos, envueltos en un vacío legal ante la próxima emigra...
El Banco Mundial adelanta que en nueve años los impactos del cambio climático podrían empujar a la pobreza a 100 millones de personas. “Los flujos ...

10:00 a. m. · 19 ene. 2021 · Hootsuite Inc.

Fuente Twitter, cuenta @BenMagecEeA, 19 de enero de 2021

Se incrementa y mejora la comunicación de las causas en todos los soportes mediáticos, mientras son poco referidas en Twitter.

En Twitter, casi el 50% de los impactos se centran en los impactos en la sociedad, especialmente en los flujos migratorios, seguidos de los impactos en el propio clima.

Datos Porcentuales. Fuente: Morales & Teso 2022

CAUSAS referidas:	PRENSA		RADIO		TELEVISIÓN	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
GASES GEI	27,9	31,4	33	28,6	2,3	38,1
PRODUCCIÓN E. ELÉCTRICA	2,9	7,3	4,9	2,2	0	6,6
COSTE PROD. ENERGÉTICA	3,8	9,9	3,9	4,2	0	12,7
SISTEMAS DE COMPENSACIÓN DE CO2	1,9	0	0	0	0	0
CONCEPTOS DE HUELLA DE CARBONO Y ECOLÓGICA	16,3	0	1,9	0	0	0
FUNCIONAMIENTO DEL SECTOR ENERGÉTICO	8,2	8,4	0	1	0	2,8
EL CONSUMO CIUDADANO	(Sin datos)	13,1	(Sin datos)	7,9	(Sin datos)	2,2
OTRAS	21,6	15,2	5,8	2,7	2,3	2,2
NP/NC	17,8	14,7	50,5	53,4	95,4	35,4
IMPACTOS referidos a:	PRENSA		RADIO		TELEVISIÓN	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
FLUJOS MIGRATORIOS	0	17,8	1	0	0	0
DESIGUALDADES SOCIALES/ JUSTICIA CLIMÁTICA	1,9	3,7	8,7	0	0	0
SISTEMA FINANCIERO	4,3	4,7	0	1,2	0	0
EN LAS CIUDADES	1,2	7,9	3,9	3,2	2,3	2,2
EN LA SALUD HUMANA	3,4	7,3	1,9	6,2	0	8,3
PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS	3,3	3,1	2,9	3,4	0	2,8
BIODIVERSIDAD	9,1	11	0	5,9	2,3	5,5
CATÁSTROFES NATURALES	3,4	1	9,7	3,2	0	8,8
DESERTIFICACIÓN/ESCASEZ DE AGUA	1	2,1	2,9	3,4	0	1,7
OCEÁNOS	2,4	1	1,9	3,2	2,3	3,3
CLIMA: AUMENTO DE TEMPERATURA, ETC.	33,2	28,8	27,2	17,5	13,6	45,3
OTROS	0,5	5,2	0	0,2	2,3	1,1
NC	25,5	6,3	39,8	52,5	77,3	21

3. Propiciar un enfoque del problema desde el punto de vista de la justicia climática



5. Difundir las iniciativas emprendidas o lideradas por la ciudadanía



La igualdad de género y el cambio climático movilizan a los jóvenes
Un uniforme de instituto de la juventud liderada por la coed

UNA TERCERA MARCHA... La lucha por la igualdad de género y contra el cambio climático se ha convertido en una batalla por la justicia climática. Las jóvenes activistas están liderando la carga en las calles de las ciudades de todo el mundo. En España, la 'Segunda Ola de Juntas' ha sido una respuesta directa a la crisis climática y la desigualdad de género. Las manifestantes exigen que el gobierno tome medidas más drásticas para combatir el calentamiento global y garantizar la igualdad de oportunidades para todas las personas.

Ni hombre ni mujer: un 25% se identifica como "ninguno"
Según un estudio reciente, un 25% de la población se identifica como "ninguno" en términos de género. Esto refleja un creciente cuestionamiento de las categorías binarias de hombre y mujer. Las personas que se identifican así a menudo buscan un lenguaje más inclusivo y flexible que reconozca su identidad única. Este movimiento desafía las normas tradicionales de género y promueve una mayor diversidad y aceptación.

¿A QUIÉN DAN LA PALABRA LOS MEDIOS DE PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN? (DECLARACIONES/CORTES/TOTALES) %

ROL social:	PRENSA			RADIO			TELEVISIÓN		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
PERIODISTA	11,76	8,8	6,3	10,2	49,5	57,6	55,7	2,3	45,9
POLÍTICO/ADMINISTRA. CIENTÍFICA/O	44,12	40,8	5,1	30,7	31,1	14,3	30,7	22,7	21,5
ACTIVISTAS	8,82	19,7	20,6	12,8	7,8	8,1	9,62	2,3	7,2
EMPRESARIO/A	29,59	8,8	7,1	28,2	5,8	3,7	23,1	4,5	6,1
EDUCADOR/A	8,82	13	28,2	5,13	1	5,9	3,85	0	5,5
AMBIENTAL	0	1,3	0	0	1	4,4	0	0	2,8
CIUDADANO	0	2,9	3,4	0	0	0,7	7,69	2,3	3,3
JÓVENES	0	4,6	0,8	0	3,9	0,2	0	0	2,2

Datos Porcentuales. Fuente: Morales & Teso 2022

Fuentes: El Mundo, 06 de abril de 2021 y El País, 11 de marzo de 2021; Fotograma del cortometraje "Cambio a Flor de Piel" emitido por Aragón TV el 31 de enero de 2021



Esta es nuestra casa

Fuente: El País, miércoles 24 de junio de 2020. Celebración de la marcha ciclonudista World Naked Bike Ride



4. Conectar el fenómeno del cambio climático con realidades cercanas en el espacio y tiempo para demostrar que el cambio climático no es futuro sino presente.

Predominio del contexto globalizado y de la comunicación del CC como un problema que nos afecta en el presente y en el futuro inmediato



Fuente: Televisión de Galicia (TVG), 09 de marzo de 2021

La ausencia de "vacuna" frente a la crisis climática sobrevuela la conmemoración del [#DíaMundialDeLaReducciondeEmisionesdeCO2](#), algo que, según los especialistas, requeriría "un cambio estructural urgente".

efeverde.com/noticias/exper...

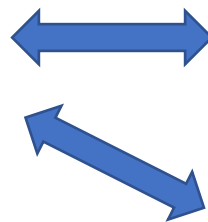


1:34 p. m. · 28 ene. 2021 · Twitter Web App

Tanto en la prensa convencional como en los cybermedios, en las fuentes online, en los medios de radiodifusión y en Twitter, las referencias al CC los sitúan a este fenómeno en un contexto global, teniendo en cuenta es dualidad global/local.

En 2021, en función del contenido de la información, encontramos también el contexto europeo y nacional como referencias relevantes.

6. Defender un periodismo crítico e independiente.



7. Divulgar la investigación científica en torno al cambio climático

10. Redacciones especializadas

Datos Porcentuales. Fuente: Morales & Teso 2022

Tipo de FUENTE:	FUENTE DE DATOS %								
	PRENSA			RADIO			TELEVISIÓN		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
PERIODÍSTICA	11,76	23,6	19,9	28,21	33	32,2	47	6,9	29,3
POLÍTICA	41,18	12	23,6	38,46	44,7	25,4	27,45	44,8	24,3
ECONÓMICA	14,71	11,1	10,5	10,26	2,9	8,9	0	0	5
CIENTÍFICO/ TECNICA	20,59	18,8	28,8	20,51	7,8	15,3	23,53	3,4	24,3
CULTURAL/SOCIAL	35,29	5,3	8,4	17,95	10,7	10,8	23,53	10,3	13,3
DATOS DEL ACONTECER	17,65	28,8	8,9	28,21	1	7,1	31,37	34,5	3,9
CIENTÍFICA/O	8,82	19,7	20,6	12,8	7,8	8,1	9,62	2,3	7,2

La mayor parte de las informaciones se apoyan solo en una o dos fuentes (radio, televisión, cybermedios y online)

La prensa, tanto la generalista como la especializada en medio ambiente o CC, tiene periodistas expertos que recurren fundamentalmente a las fuentes tecnológicas y científicas, seguidas de las fuentes políticas, las periodísticas y las económicas.



Fuente: Antena 3 TV. 22 de abril de 2021 y día de comienzo de la Cumbre del Clima online coincidiendo con la celebración del Día de la Tierra 2021

Cobra relevancia del periodismo especializado como fuente de información

Los periodistas expertos y especializados en la crisis climática constituyen cada vez más una fuente importante de información, sobre todo en los medios de radiodifusión.

En los medios de radiodifusión, como segunda fuente se encuentran los políticos y los científicos.

9. Conectar el cambio climático con los fenómenos meteorológicos extremos

En ausencia de desastres naturales, los FME son referidos en escasas ocasiones en todos los soportes y medios en relación con el CC. Cuando aparecen son señalados generalmente como consecuencia del calentamiento global.



Fuente: La 1. 22-04-2021



Fuente: La Sexta- PGM Más vale tarde- 2020

Anomalías climáticas extremas



Los incendios y el cambio climático.

Arde Siberia en junio, Argentina en agosto y Oregón y California en septiembre



Fuente: TVE- 1, 26 de junio y 19 de septiembre

Fuente: La Sexta 7 de septiembre y Antena 3, 17 de septiembre

8. Popularizar la terminología específica necesaria para la comprensión del fenómeno.

LOS BENEFICIOS TRANSICIÓN ECOLÓGICA %

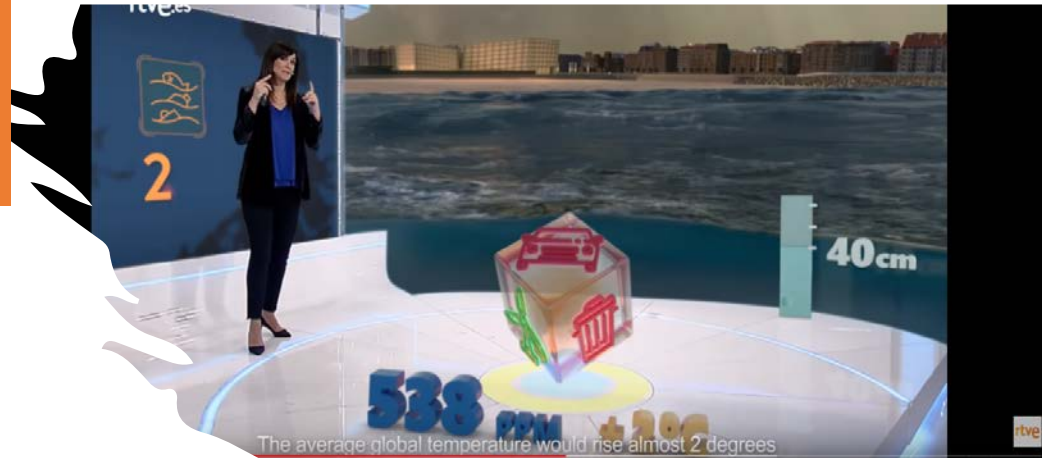
	PRENSA			RADIO			TELEVISIÓN		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
LA SALUD	2,94	21,2	4,2	5,13	4,9	7,1	0	3	8,3
LA ECONOMÍA	23,53	2,9	20,4	7,69	11,7	27,3	3,92	15,2	8,8
LA POLÍTICA	17,65	10,6	6,8	7,69	1	6,7	0	0	5,5
EL MEDIO AMBIENTE	14,71	46,6	17,8	38,46	47,6	5,9	13,73	3	28,7
LA SOCIEDAD O LA CULTURA	29,41	9,6	26,1	7,69	35	14,3	25,49	0	33,2
LA BIODIVERSIDAD	NC	0	12	NC	0	18	NC	0	6,6
NO CONSTA (NC)	47,06	9,2	46,15	0	19,5	66,67	78,8	8,8	

EL EMPLEO DE TERMINOLOGÍA ESPECÍFICA Y LA COMPRESIBILIDAD DEL RELATO %

	PRENSA			RADIO			TELEVISIÓN		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
NO SE REFIERE NI EXPLICA	2,94	45	41	7,69	38,3	9,4	75,47	54,5	5,5
SÍ SE REFIERE, PERO NO SE EXPLICA	61,76	11	18	74,36	10,7	21,9	16,98	21,2	43,1
SÍ SE REFIERE Y SÍ SE EXPLICA DE FORMA COMPRESIBLE	35,29	13	6	17,95	13,6	8,4	7,55	6,1	16

Datos Porcentuales. Fuente: Morales & Teso 2022

Fuente: Diario Expansión, 02 de junio de 2021



ECONOMÍA SOSTENIBLE

El plan de la UE para reducir la contaminación a cero en 2050

Australia debe garantizar que el carbón no dañe a los niños

CO₂



Resultados del análisis medios y Evaluación de educadores ambientales

- ✓ Se aprecia una mejora cuantitativa y cualitativa en la comunicación del CC
 - En todos los soportes (Radio, TV y Prensa)
 - Se incrementa la presencia y la relevancia otorgada
- ✓ La crisis climática es comunicada en el presente: es ahora
- ✓ Predomina el contexto global: es global y es local. Concepto de “glocalidad” (El CC como fenómeno global y local)
- ✓ Prevalencia del enmarcado político como marco de referencia y emergencia de los marcos de la salud en 2020 y económico en 2021
- ✓ Las soluciones, especialmente la adaptación, son menos referidas que las causas y los impactos, si bien se aprecian diferencias por soportes:
 - ✓ La prensa ofrece mayor contextualización y profundiza más, tanto en las causas como en las medidas para combatir la crisis climática
 - ✓ En la red social Twitter tienen mayor frecuentación los impactos
- ✓ No se aprecia una cultura de la prevención en relación con los FME
- ✓ Se incrementa el uso de la terminología específica pero la comprensibilidad sigue siendo baja: falta contexto, no se explican los términos ni las complejas interrelaciones

- ✓ Los educadores ambientales se consideran mediadores naturales en los procesos de educomunicación y también fuente de información para los Medios
- ✓ La transversalidad de la Crisis Climática demanda periodistas formados y especializados en todos los soportes, si bien se debe abordar la necesidad de formación de los periodistas de cualquier área o sección temática.
- ✓ Es importante la vinculación del CC con los fenómenos meteorológicos extremos (FME) intentado fomentar también por un periodismo positivo que no caiga en el sensacionalismo.
- ✓ Es necesario seguir insistiendo en la frecuencia, en la profundización y en la relevancia de los FME como los fenómenos extremos cada vez más frecuentes e intensos”.
- ✓ Es importante comunicar la vinculación que tiene la Economía y la Crisis Climática.
 - Por el impacto que nuestra sociedad consumista tiene en los ecosistemas
 - Destacando el impacto de la alimentación y la cadena de consumo
- ✓ Comunicar la vinculación de la crisis ambiental con la salud, especialmente tras la Covid 19.
- ✓ Conectar con la salud es conectar con la vida: *“entendida como algo más que la salud, como un sistema de conexiones y cuidados”*

REFERENCIAS:

- o Entman, Robert M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication* 43(4), Autumn. 0021-9916/93
- o Fernández-Reyes, R. y Teso, G. (2019). *Resumen de diciembre 2019. Crónica de la cobertura del cambio climático*. Recambia. <https://recambioclimatico.com/2020/01/04/resumen-diciembre-2019/>
- o Lozano, C. y Morales, E. (2021). Resultados del Análisis de la Comunicación del CC en la Radio, en Teso et al., 2021, *III Informe del Observatorio de la comunicación mediática del cambio climático*. ECODES, p. 63.
- o Morales-Corral, E., & Teso-Alonso, G. (2022). El estudio de la educomunicación del cambio climático en los medios ante la perspectiva de los expertos en educación ambiental. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(3), 549-561. <https://doi.org/10.5209/esmp.80734>
- o Painter, J., y Schäfer, M. S. (2017). Global similarities and persistent differences: A survey of comparative studies on climate change communication. In B. Brevini & J. Lewis (Eds.), *Climate change in the media*. New York: Peter Lang.
- o Schäfer, M. y O'Neill, S. (2017). Frame Analysis in Climate Change Communication. *Oxford Research Encyclopedia, Climate Science*. University Press USA, 2016. DOI: 10.1093/acrefore/9780190228620.013.487
- o Teso, G.; Gaitán, J. A.; Lozano, C.; Fernández-Reyes, R.; Sánchez- Holgado, P.; Arcila, C.; Morales-Corral, E. y Piñuel, J. L. (2019). *Diseño del Observatorio de la comunicación mediática del cambio climático*. ECODES. Documento en la red: https://ecodes.org/images/quehacemos/pdf_MITECO_2019/INFORME_OBSERVATORIO_COMUNICACION_CC.pdf
- o Teso, G.; Gaitán, J. A.; Lozano, C.; Fernández-Reyes, R.; Sánchez- Holgado, P.; Arcila, C.; Morales-Corral, E.; Piñuel, J. L. y Monge, C. (2020). *II Informe del Observatorio de la comunicación mediática del cambio climático 2020*. ECODES. https://ecodes.org/images/quehacemos/01.Cambio_Climatico/Movilizacion_accion/Medios_Comunicacion_CC/INFORME_OBSERVATORIO_COMUNICACION_2020.pdf
- o Teso, G.; Gaitán, J. A.; Lozano, C.; Fernández-Reyes, R.; Sánchez- Holgado, P.; Arcila, C.; Morales-Corral, E.; López-Diez, Jaime y Piñuel, J. L. (2021). *III Informe del Observatorio de la comunicación mediática del cambio climático 2020*. ECODES. https://ecodes.org/images/quehacemos/MITERD_2021/Informes/III_informe_del_Observatorio_de_la_Comunicacion_del_Cambio_Climatico.pdf
- o VV. AA. (2018) *Decálogo de recomendaciones para informar sobre el Cambio Climático*. Fundación ECODES. Disponible en: <https://ecodes.org/noticias/decalogo-recomendaciones-cambio-climatico#.XPzX2FwzaUk>

¡ Muchas gracias!



Gemma Teso mteso@ucm.es

Facultad de Ciencias de la Información
Universidad Complutense de Madrid

