

Introducción

Bienvenido León
Universidad de Navarra

Cuando este libro ve la luz son ya pocos los que dudan de que el cambio climático es una realidad causada fundamentalmente por la acción de los seres humanos. Según el V informe del Panel de Cambio Climático de la ONU (IPCC), adelantado a finales de 2013, la temperatura del planeta se ha incrementado notablemente, hasta el punto de que las tres últimas décadas han sido las más calurosas desde mediados del siglo XIX. Las consecuencias son ya evidentes en la disminución del volumen de nieve y hielo, así como en la subida del nivel del mar. El informe señala que es «sumamente probable» que la actividad humana haya sido la causa dominante de este calentamiento, y añade que, para limitar los efectos futuros de este proceso será necesario reducir sustancialmente y de forma continuada la emisión de gases a la atmósfera.

Pero las certezas que expresan los científicos no parecen llegar con claridad hasta los ciudadanos. Las encuestas señalan que, aunque son mayoría los que reconocen la existencia del cambio climático, son también muchos los que lo perciben como un fenómeno lejano, de consecuencias inciertas y con poco o ningún efecto en la vida cotidiana.

Habida cuenta del importante papel que desempeñan en la educación y sensibilización de la sociedad, es probable que los medios de comunicación tengan mucho que ver con esa percepción. Los estudios indican que la cantidad de información sobre el cambio climático ha sufrido enormes variaciones en los últimos años, dependiendo de la existencia de ganchos de actualidad. Pero, en términos generales, en los últimos años se aprecia un decrecimiento de la información que resulta paradójico, ya que, en ese mismo período, ha aumentado la certeza sobre la envergadura del problema.

Pero, además de escasa, la información sobre el cambio climático no siempre es de buena calidad. Los estudios indican que es frecuente la

falta de rigor científico, el tono catastrofista y la escasa explicación de las cuestiones científicas implicadas, por citar sólo algunos de los problemas más frecuentes.

En descargo de los medios de comunicación, cabe señalar que se trata de un fenómeno muy politizado, en el que líneas editoriales, hechos y opiniones se entrecruzan peligrosamente. También cabe recordar que informar sobre el cambio climático conlleva la dificultad intrínseca de las cuestiones científicas, que como es sabido, mantienen una relación difícil con los medios de comunicación. Cabe también apuntar que los informadores ambientales suelen ejercer su oficio en condiciones difíciles, con un escaso nivel de especialización y muy poca formación específica.

Este volumen es una de las publicaciones desarrolladas a partir de un amplio proyecto de investigación sobre el cambio climático en los medios españoles. El estudio ha permitido entablar un rico debate en el que han participado comunicólogos, científicos del clima, periodistas y miembros del público. A partir de esos debates, hemos tratado de exponer aquí algunas ideas que permitan entender mejor los procesos que sigue la información sobre el cambio climático en los medios de comunicación. Se trata, en definitiva, de conocer a fondo la realidad, para intentar plantear alternativas que contribuyan a aumentar la cantidad y mejorar la calidad de esta información.

Las reflexiones que realizan los autores de este libro tienen puntos de partida y enfoques diversos. Algunos abordan el asunto a partir de resultados de distintos estudios académicos; otros parten de su propia experiencia como periodistas o comunicadores ambientales. Unos se centran en la realidad española; otros abordan la de otros países.

Confianza en que este abordaje heterogéneo sea uno de los valores del texto, esperamos que estas contribuciones resulten útiles para informadores ambientales —presentes y futuros—, y ofrezcan alguna luz sobre un asunto complejo y apasionante, para cualquier estudioso del tema.

El cambio climático en los medios: una visión pluridimensional

Bienvenido León
Universidad de Navarra

El cambio climático (CC) se ha convertido en un reto sobre el que la sociedad debe estar bien informada y sensibilizada. Y en esos procesos informativos y educativos los medios de comunicación han de jugar un papel decisivo. Sin embargo, como han puesto de manifiesto diversos estudios, los medios no otorgan al CC la importancia que corresponde a su entidad y sus ya palpables consecuencias para nuestro planeta.

La complejidad del fenómeno choca frontalmente con los intereses y rutinas profesionales de los medios de comunicación. Como consecuencia, la información no satisface los criterios de rigor exigidos por los científicos, ni tampoco los intereses del público.

Este artículo recoge algunos de los principales resultados de un amplio estudio sobre la información del CC en los medios españoles, realizado por el Grupo de Investigación sobre Comunicación de la Ciencia de la Universidad de Navarra.¹ El estudio presenta la singularidad de analizar la información del CC desde una perspectiva múltiple: el contenido en sí, la visión de periodistas y científicos; y la percepción del público.

¹ El Grupo de Investigación sobre Comunicación de la Ciencia, de la Universidad de Navarra (<http://www.unav.edu/web/facultad-de-comunicacion/gricc>), analizó la cobertura informativa del cambio climático en los medios españoles, en un proyecto de investigación financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (CSO 2010-15269), titulado «La información sobre el cambio climático en los medios españoles. Estudio de la interacción entre las normas y los valores periodísticos y los procesos de mediación entre la ciencia y el público, a través de las informaciones de prensa y televisión». Participaron en el estudio los siguientes investigadores: José J. Sánchez Aranda, Enrique Baquero, M^a Carmen Erviti, Mónica Codina, Alicia de Lara (Universidad Miguel Hernández de Elche), Glaucia Noguera (Instituto Internacional de Ciências Sociais, Brasil), y Bienvenido León (director del proyecto).

1.1. El cambio climático como tema informativo

La Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el CC, define este fenómeno en los siguientes términos:

Se entiende por cambio climático un cambio de clima atribuido directa o indirectamente a la actividad humana que altera la composición de la atmósfera mundial y que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante períodos de tiempo comparables (ONU, 1992).

Según recoge el V informe del Panel de Cambio Climático de la ONU (IPCC, 2013), que se dio a conocer a partir de septiembre de 2013, los científicos no tienen dudas de que se esté produciendo un calentamiento del planeta, lo que está provocando cambios a nivel global, tales como la disminución del volumen de hielo y nieve, así como la subida del nivel del mar. Los científicos también han alcanzado un gran consenso acerca de las causas de este proceso. Tal como indica el informe, es «sumamente probable» que la actividad humana haya sido la causa dominante de este calentamiento (IPCC, 2013).

Un estudio reciente indica que entre el 97 y el 98% de los investigadores del clima con mayor número de publicaciones en revistas científicas (con revisión por pares), apoya las conclusiones del IPCC. El mismo estudio concluye que la relevancia científica de quienes apoyan estas tesis (determinada a partir del número de citas que reciben sus publicaciones), es muy superior a la de quienes las niegan (Anderegg *et al.*, 2010).

La percepción del cambio climático en la sociedad también ha ido creciendo. En Europa, el 51% de los ciudadanos lo considera como uno de los principales problemas para la sociedad, incluso el 20% afirma que es el problema más serio (Comisión Europea, 2011). En España, el 90.1% de los ciudadanos piensa que el cambio climático está ocurriendo, si bien tan solo el 3.6% considera que es uno de los principales problemas a los que se enfrenta el mundo (Meira *et al.*, 2013).

A nivel internacional, la atención que los medios han dedicado al cambio climático (CC) ha sufrido constantes variaciones, desde que aparecieran las primeras referencias, en la década de los treinta. En 1932, el *New York Times* (1932: 4) afirmaba que «la Tierra debe estar inevitablemente cambiando su aspecto y su clima. Cómo se produce lentamente este cambio y cuál será el resultado ha sido considerado...». Dos décadas después, en el mismo periódico, Waldemar Kaempfert (1956: 191),

a quien algunos consideran el primer periodista científico de la historia, escribía acerca del posible origen antrópico del calentamiento:

Hoy en día, se genera más dióxido de carbono como consecuencia de los procesos tecnológicos humanos que por los volcanes, geiseres y manantiales. Cada siglo el ser humano incrementa el contenido de dióxido de carbono en un 30% —es decir, al ritmo de 1.1 °C en un siglo. Podría ser una casual coincidencia que la temperatura media del mundo desde 1900 haya subido aproximadamente a este ritmo. Pero la posibilidad de que el hombre hay echado una mano a este incremento no puede ser ignorada.

En la última década, la cobertura es indudablemente mayor que en aquellos años, aunque el número de informaciones varía notablemente de unos momentos a otros. Así lo pone de manifiesto el seguimiento realizado, desde 2004, por investigadores de la Universidad de Colorado (Boykoff y Nacu-Schmidt, 2013). Este trabajo, que monitoriza la cobertura sobre el CC que realizan 50 periódicos de 20 países, muestra picos en el número de informaciones, coincidiendo con hechos informativos relevantes, tales como el premio Nobel de la Paz otorgado al ex-vicepresidente norteamericano Al Gore, en 2007; la cumbre sobre el clima de Copenhague, en 2009; o la publicación del IV informe del IPCC en 2007).

Varios investigadores han intentado explicar a qué se deben estas fluctuaciones, aludiendo a que existen ciclos de atención a los temas informativos, especialmente los ambientales (Dows, 1972); a la competencia por el espacio o el tiempo en los medios (Hilgartner y Bosk, 1988); la visibilidad del problema y su relación con los fenómenos climatológicos concretos; y las normas y valores periodísticos (Boykoff y Boykoff, 2007).

Además de estas grandes variaciones, se aprecia también una tendencia decreciente en el conjunto de la cobertura. Este descenso en el número de informaciones publicadas resulta paradójico, ya que se ha ido produciendo al mismo tiempo que ha ido creciendo la certeza sobre la existencia y origen antrópico del CC.

La escasez de cobertura no es el único problema que señalan los estudios. Se afirma también que algunos medios han adoptado un tono sensacionalista, que ha divulgado visiones catastrofistas, en las que se exageran las posibles consecuencias (vg. Weingart *et al.*, 2000), lo cual ha podido dificultar la puesta en marcha de acciones para combatirlo (Erault y Segnit, 2006).

Otros estudios indican que los medios han aplicado con rigidez determinadas normas y valores periodísticos (vg. el equilibrio de fuentes), lo que ha supuesto una representación poco fidedigna (Boykoff y Boykoff, 2007). La aplicación de este principio ha llevado a algunos medios —especialmente en Norteamérica— a magnificar la importancia de los planteamientos denominados «escépticos» o «negacionistas», que plantean que el CC no existe o no está causado por la actividad humana.

También se ha constatado que los ciudadanos tienden a percibir el CC como un fenómeno incierto, referido a un futuro lejano e irrelevante para la vida cotidiana, y que los medios influyen en esta percepción (Gifford, 2008; Lorenzoni *et al.*, 2007; Ungar, 2007).

La representación del CC en los medios de comunicación se ve afectada por complejas y dinámicas interacciones entre los propios medios, la ciencia, la política y la economía. Tiene especial importancia la dimensión política, que ha ido creciendo en las últimas décadas, hasta convertirse en uno de los elementos fundamentales para explicar el modo en que los medios representan el cambio climático (Carvalho, 2011).

1.2. Metodología

La investigación combinó varias metodologías, para tratar de obtener un análisis que permitiera explicar cómo es la información, además de por qué se hace de esa forma y no de otra y, finalmente, cómo la percibe el público.

En primer lugar se llevó a cabo un extenso análisis de contenido de las informaciones de prensa y televisión. Se recuperaron y analizaron todas las informaciones relacionadas con el cambio climático publicadas por los tres diarios españoles de pago de mayor difusión: *El País*, *El Mundo* y *ABC*. En concreto, se recogieron todos los artículos que contenían los términos: «cambio climático», «calentamiento global» o «efecto invernadero», publicados entre el 1 de julio de 2005 y el 31 de junio de 2006, y el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2011. La elección de las fechas responde a razones puramente operativas. Se llevó a cabo un análisis de contenido de un total de 1.235 informaciones, incluyendo todos los artículos, independientemente de su género periodístico: noticias, reportajes, columnas, artículos de opinión, editoriales y cartas al director.

En cuanto a las informaciones de televisión, se grabó y analizó una muestra de una semana por mes, entre julio de 2005 y junio

de 2006; y de enero a diciembre de 2011, incluyendo los informativos del mediodía y la tarde-noche. La muestra incluye un total de 40.714 informaciones, repartidas en 1.680 informativos de seis cadenas diferentes a lo largo de dos años.

Para conocer mejor el punto de vista de los informadores de televisión, se llevaron a cabo seis entrevistas semi-estructuradas en las redacciones de las cadenas de televisión, en Madrid (tres con editores, dos con redactores y una con un jefe de sección).

Una vez completado el análisis de contenido de las informaciones de radio y televisión, se realizó una encuesta entre periodistas que realizan información ambiental en distintos medios españoles, tanto nacionales como locales. A partir de una base de datos elaborada *ex professo*, se envió un cuestionario *online* a un total de 600 informadores, de los que 121 lo contestaron.

También se realizó una encuesta a científicos especialistas en ciencias ambientales, para conocer su percepción acerca del rigor científico de las informaciones. A partir de una base de datos de 525 especialistas, elaborada para el proyecto, se les envió un cuestionario *online*, al que respondieron un total de 80.

A continuación, se organizó un grupo de discusión dirigida con 12 personas, de diferentes perfiles de edad, sexo, formación y conocimiento de las cuestiones ambientales. El objetivo de esta sesión era conocer la percepción del público sobre el modo en que los medios informan acerca del CC.

Finalmente, el proyecto recurrió a un estudio empírico de recepción, para tratar de estudiar la incidencia de los valores informativos explícitos en la percepción de proximidad del CC. Se utilizaron dos versiones de una misma información, en el *lead* de una de las cuales se asociaron explícitamente los efectos del cambio climático con España. Una de estas dos informaciones fue leída por un total de 43 jóvenes universitarios, que posteriormente respondieron a un cuestionario para valorar (de 1 a 7) su conformidad con la afirmación «El cambio climático tendrá pronto consecuencias en nuestra vida cotidiana». Previamente se determinó, mediante otro cuestionario, el nivel de concienciación de los jóvenes sobre la importancia del CC.

Los resultados del conjunto de la investigación indican que el caso español presenta peculiaridades respecto a las tendencias detectadas en investigaciones realizadas en otros países (León, 2013). Partiendo de estos resultados, el presente artículo analiza algunas cuestiones relevantes sobre el tratamiento de la información del cambio climático en la prensa

y la televisión españolas, desde una perspectiva múltiple. Combinamos aquí los resultados del análisis de contenido, las encuestas, el grupo de discusión y el estudio empírico, para tratar de conformar una visión poliédrica que permita extraer algunas claves que sirvan a los informadores ambientales para mejorar su trabajo.

1.3. Un tema informativo en declive

Los resultados del análisis de contenido indican que el CC es un asunto marginal para los medios españoles. En la prensa diaria de pago, los tres diarios analizados publicaron en los dos años estudiados, un total de 1235 informaciones, distribuidas de la siguiente forma: *El País*, 508; *El Mundo*, 399; y *ABC*, 328. Aunque no hemos contabilizado el total de informaciones publicadas en esos dos años, un cálculo aproximado, teniendo en cuenta las informaciones que suelen publicar por término medio estos periódicos, situaría el número de informaciones sobre el CC por debajo del 0.2% del total.

En cuanto a la televisión, del total de 40.714 informaciones analizadas (una semana por mes, durante dos años completos), sólo el 0.19% (78), abordaron el CC. Es decir, que, por término medio, en el conjunto de las cadenas solo se emitieron 0.05 informaciones por hora de programa informativo. Las cadenas que más informaron sobre este asunto fueron Cuatro (18 informaciones), La Sexta (17) y La 2 (16). Las que menos informaron fueron Antena 3 (7) y Telecinco (6).

Además, entre los dos períodos de la muestra analizada (julio 2005 a junio de 2006, y enero a diciembre de 2011) se constata un menor número de informaciones, tanto en la prensa como en la televisión. Concretamente en la prensa hay un descenso del 14%, mientras que en la televisión supone un 44%.

La distribución de las informaciones por meses muestra un gran desequilibrio, ya que diciembre es, con gran diferencia, el mes en el que se publican y emiten más informaciones. Concretamente, en televisión, 36 de las 78 informaciones se emitieron en los meses de diciembre. Esto se debe a que es en diciembre cuando se celebran las cumbres internacionales del clima, que son el gran gancho informativo para estas informaciones. Esta distribución pone de manifiesto la gran dependencia de los ganchos de actualidad que tiene la información sobre el CC.

Pero más allá de las deducciones que puedan llevarse a cabo a partir de los resultados del análisis de contenido resulta oportuno tratar de expli-

car las causas de este escaso interés y del descenso del interés informativo del CC, conociendo el punto de vista de los informadores ambientales, los científicos especialistas y el público.

A la pregunta «La información sobre el cambio climático es escasa. ¿A qué motivo principal cree que se debe?», los periodistas ambientales encuestados respondieron de la siguiente forma:

- No es un tema prioritario para los medios de comunicación: 46%
- Es un tema complejo y abstracto sobre el que es difícil informar: 15%
- Falta de preparación de los periodistas: 13%
- No es un tema prioritario para el público: 6%
- Otras causas: 20%

Las respuestas ponen de manifiesto la existencia de un gran abismo entre el interés de los medios y el del público, al que supuestamente sirven. También cabe interpretar los datos constatando que los informadores consideran que estamos ante un asunto complejo, sobre el que no se sienten suficientemente preparados.

Este último dato debe ponerse en relación con otros dos de la encuesta. Primero, sólo el 22% de los periodistas que informan sobre medio ambiente se dedica en exclusiva a este asunto; es decir está especializado. Y, en segundo lugar, tan solo el 13% de los informadores ambientales ha recibido formación específica de entidad en esta materia (máster o similar).

Las entrevistas con los editores de los informativos permiten concretar más las causas por las que el CC no es un asunto prioritario para los medios. Algunos apuntan a que el énfasis en la crisis económica ha reducido la información sobre el CC. Un editor, señala que el escaso interés está relacionado con la incapacidad para comunicar la verdadera magnitud del proceso:

El interés que vimos hace unos años se ha desinflado. Probablemente ni los medios, ni los políticos, ni los científicos han sido capaces de comunicar la verdadera magnitud del problema, que yo creo que se exageró, y después, las noticias contrarias han contribuido a borrar el CC del mapa.

El punto de vista del público, reflejado por los participantes en la discusión dirigida, apunta hacia las dos primeras causas que señalaron los informadores. Respecto al escaso interés de los medios, uno de los participantes (profesor de secundaria, jubilado) se refería a la dependencia de los ganchos de actualidad:

La información sobre el CC está asociada a la noticia, a la noticia catástrofica. Es decir, se está quemando el bosque, la noticia es de impacto durante un día, dos días, hasta que se apaga e incluso algún día más. Después la noticia desaparece.

Otro de los participantes (biólogo) mencionaba la dificultad intrínseca de la información:

Hay conceptos que son muy difíciles de manejar. Emisiones de CO₂. ¿Qué es una tonelada de CO₂? ¿Es mucho? ¿Es poco? ¿Quién sabe cuánto emitimos cada uno de nosotros, cuánto nos corresponde en nuestras estadísticas o en nuestras acciones? ¿Qué es la emisión, qué es la concentración de CO₂, qué es lo que se deja de emitir o lo que sea...? Yo qué sé.

Durante la discusión, también se puso de manifiesto la importancia de que la información sobre el CC aparezca en los medios de una forma más continua. Un estudiante universitario formuló esta idea en los siguientes términos: «[en los medios] siempre se va a la caza de la ola de calor, la ola de frío, pero si no vas viendo cómo van evolucionando todos esos temas, pierdes la ubicación en el tiempo... qué es lo que está pasando en realidad».

Los científicos también explican la escasez de información aludiendo a razones apuntadas por los periodistas, reforzando la idea de que el CC no encaja bien con los intereses de los medios —«el tema no vende»— (23%), que ha sido desplazado por la crisis económica (19%) y que no se entiende bien su importancia (23%). Sin embargo, la principal causa a la que aluden los científicos encuestados (32%) apunta en una dirección bien distinta: «a los políticos no les interesa que el ciudadano esté enterado o formado en el tema».

Por tanto, cabe afirmar que existe una relativa concordancia entre los puntos de vista de los informadores, del público y de los científicos, ya que, en general, todos aluden a que la escasa cobertura que recibe el CC no responde a que el asunto no interese objetivamente al público, sino más bien a otro tipo de razones.

1.4. ¿Un asunto lejano?

Como se ha visto, una de las críticas habituales que se realiza a la información sobre el CC es que se presenta como una realidad alejada,

con escasa o nula conexión con la vida cotidiana de los ciudadanos. Durante la investigación fue posible constatar que esta idea está presente en el público. Una de las participantes en el grupo de discusión (estudiante universitaria), afirmó lo siguiente:

Tengo en la cabeza a una presentadora de televisión diciendo: ‘el cambio climático ha llegado porque los polos se han derretido y ahora mismo hay no sé cuánto hielo menos en la Antártida’. Pero eso, a mí, me sigue quedando lejano.

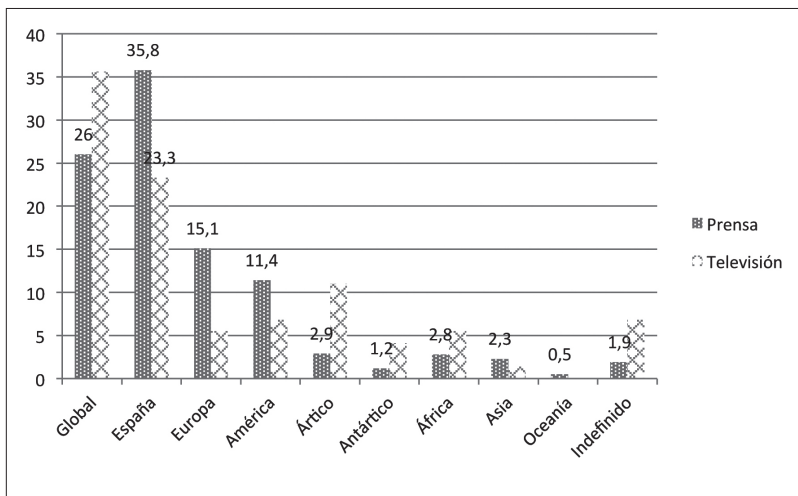
Otro de los participantes (periodista), está de acuerdo con la misma idea:

¿Qué consecuencias va a tener esto en mi vida? No sé, igual dentro de unos años las tiene, pero es algo tan lejano que al final las noticias... las noticias, en sentido estricto, son muy concretas. Igual aparece al hilo de noticias un reportaje de más recorrido, más amplio, pero... Sabes, yo creo que como todavía es algo lejano e incierto es difícil que la gente se haga cargo de la magnitud del problema a partir de lo que lee en los... vamos, de lo que escucha, de lo que ve en los medios de comunicación.

Un porcentaje significativo de los científicos encuestados (43%) también comparte este punto de vista. Sin embargo, la mayoría de los científicos encuestados (57%) considera que el cambio climático sí aparece representado en los medios con la suficiente proximidad al ciudadano (Baquero y León, 2013: 134).

Los resultados del análisis de contenido indican que en las informaciones hay cierto equilibrio entre los elementos globales o remotos y los locales. El escenario de las informaciones aparece reflejado en el gráfico 1. Contra lo que cabía esperar, las informaciones que tienen España como escenario principal suponen el mayor porcentaje en prensa (35.8%) y ocupan el segundo lugar en TV (23.3%). Estos datos pueden interpretarse como signos de que la cobertura ha evolucionado hacia un cierto equilibrio entre lo local y lo global. En este sentido, Noguera (2013: 61) recoge una cita del diario *El País*, que ilustra el modo en que las informaciones sobre el CC se acercan a la vida cotidiana del ciudadano español: «Su nevera vieja contamina África» (en relación con el crecimiento del tráfico de chatarra hacia países pobres).

Gráfico I. Escenario de las informaciones sobre CC.



Fuente: Noguera, 2013

En televisión, el escenario global es el más frecuente. En el caso de este medio, resulta interesante analizar, además del escenario en el que se sitúa la información, el contenido de las imágenes, a través de las cuales también se puede contribuir a una representación más o menos cercana al espectador. Pues bien, en las informaciones analizadas predominan las imágenes de realidades remotas, tales como glaciares, hielo en los polos, animales exóticos —incluido, por supuesto, el oso polar—, cumbres internacionales del clima, etc. (León y Erviti, 2013).

Por el contrario, otras imágenes que podrían resultar más cercanas para el público aparecen con muy poca frecuencia. Por ejemplo, se emplean muy pocas imágenes de incendios forestales, a pesar de ser una de las consecuencias del CC y de producirse en España con mucha frecuencia. Tampoco son frecuentes las imágenes de actividades cotidianas, relacionadas con el consumo de energía en el hogar o el transporte, que podrían ayudar a mostrar la importancia de los comportamientos individuales en la mitigación del CC.

Las entrevistas a los editores de los informativos indican que el uso de estas imágenes de realidades remotas se debe principalmente a su accesibilidad, ya que en muchos casos se trata de imágenes de archivo (que se repiten con frecuencia), o bien suministradas por agencias internacionales (León y Erviti, 2013).

Como es bien sabido, la proximidad es uno de los criterios habituales de interés informativo; es decir, una de las características que convierten un hecho en interesante para los medios informativos. Por tanto, parece lógico pensar que los criterios de interés que se manifiesten de forma explícita en el texto de una información podrían tener incidencia en la percepción de proximidad del público.

Para tratar de corroborar esta hipótesis, el proyecto de investigación incluyó el estudio empírico mencionado en el epígrafe de metodología, cuyos resultados muestra la tabla 1. Los resultados del estudio no permiten corroborar la hipótesis planteada: «El uso de elementos explícitos de interés relacionados con la proximidad facilita la percepción del CC como un fenómeno próximo, especialmente entre los menos concienciados sobre la importancia de este proceso».

Entre los jóvenes previamente concienciados sobre la relevancia del CC, el nivel de acuerdo con la afirmación «El cambio climático tendrá pronto consecuencias en nuestra vida cotidiana» es similar entre quienes leyeron las dos versiones de la noticia. Y entre los jóvenes que no manifestaron esa conciencia previa, contra lo que cabía esperar, el nivel de acuerdo con la afirmación es incluso superior entre quienes leyeron la versión que no mencionaba los efectos en España.

Estos resultados podrían indicar que en la percepción de proximidad intervienen diversos factores, no siendo determinante la mención explícita de la proximidad. Sin embargo, serían necesarios nuevos estudios, con grupos más amplios de población, para poder corroborar estos resultados.

Tabla 1. Percepción de proximidad del cambio climático en función de manifestación explícita de proximidad (Nivel de acuerdo con la afirmación «El cambio climático tendrá pronto consecuencias en nuestra vida cotidiana»).

Jóvenes concienciados sobre la relevancia del CC	Nivel de acuerdo
Versión 1 (no menciona los efectos en España)	2.40
Versión 2 (sí menciona los efectos en España)	2.57
Jóvenes no concienciados sobre la relevancia del CC	
Versión 1 (no menciona los efectos en España)	5.50
Versión 2 (sí menciona los efectos en España)	2.2

Fuente: elaboración propia.

1.5. Información con poca ciencia

Como en cualquier otro asunto donde la ciencia juega un papel destacado, tiene especial importancia conocer si las informaciones son rigurosas. La opinión de los científicos al respecto es muy negativa, ya que tres de cada cuatro científicos encuestados considera que, en general, las informaciones no tienen el suficiente rigor; y el 88% cree que no es suficientemente precisa (Baquero y León, 2013: 132-133).

Tres de cada cuatro científicos encuestados también consideran que los conceptos científicos necesarios no se incluyen ni se explican adecuadamente en las informaciones. A este respecto, el análisis de contenido ratifica que los científicos están en lo cierto, ya que en muy pocas informaciones se ofrece alguna explicación de los conceptos científicos que se manejan, tales como «cambio climático», «calentamiento global» o «efecto invernadero». En concreto, el concepto de «cambio climático» sólo se explica en el 0,6% de las informaciones y el de «efecto invernadero» no se explica en ningún caso, ni siquiera de forma breve (Baquero y León, 2013: 131).

Sin embargo, las opiniones recogidas en el grupo de discusión dejan claro que al público le interesa la información de contexto. Uno de los participantes (funcionario) afirmó que le gustaría que la información sobre este asunto «fuera pedagógica, en el sentido de que fuera explicativa. Pienso que hay muchas cosas que son oscuras todavía dentro de todo el proceso, entonces que sea explicativa».

En general, la información de contexto resulta escasa, a pesar de que podría ser de gran utilidad para que el público comprendiera mejor las informaciones. Las causas del CC sólo se explican en el 14% de las informaciones de prensa y el 16.4% de las de televisión. Por el contrario, las consecuencias del CC sí se explican en más informaciones: 20.2%, en prensa; y 35.6% en televisión (León, 2013b).

De especial importancia resulta la falta de contexto sobre el origen del CC. Es significativo que en la mayoría de las informaciones no se presente al ser humano como responsable del proceso (69.6%, en prensa; y 63% en televisión). Esta falta de contextualización podría incidir en que sea considerado como un asunto lejano para el público. Según los periodistas ambientales encuestados, esta carencia se justifica teniendo en cuenta que «es más noticioso centrarse en las consecuencias» (55%) y la falta de tiempo y espacio (25%) (de Lara, 2013a: 149).

Otro asunto relevante es si las informaciones representan con claridad el consenso científico acerca de la existencia y origen del CC o, por el contrario, contribuyen a crear confusión sobre este asunto. Por una

parte, los científicos encuestados consideran que los medios no reflejan bien ese consenso. También la opinión de los periodistas refleja cierta confusión al respecto. Un periodista, participante en el grupo de discusión dirigida se refirió a esta cuestión en los siguientes términos:

Expertos que se supone que saben de la misma materia no se ponen de acuerdo, incluso en algunas ocasiones hay abiertas contradicciones, ¿no?, o hasta polémicas, entre ellos. Hablan de episodios concretos que atribuyen: «pues esto es así porque debido al cambio climático ha cambiado la migración de tal especie». Entonces, yo mismo, mi conclusión es que no sé muy bien a qué atenerme. No he encontrado certezas incontestables sobre el cambio climático o las consecuencias que está teniendo.

Sin embargo el análisis de contenido indica que la posición dominante entre las fuentes citadas es la del consenso científico. Tan solo el 5% de las fuentes de prensa y el 12% de las de televisión muestran posiciones «escépticas»; es decir, contrarias a la posición mayoritaria dentro de la comunidad científica (de Lara, 2013b: 82).

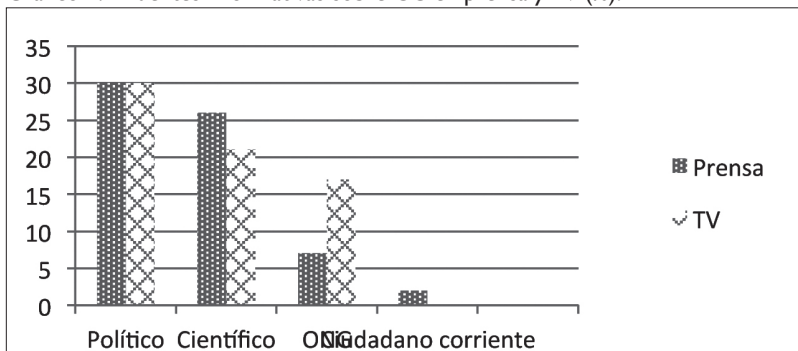
Como se ha visto, en algunos países, la aplicación del principio del equilibrio ha llevado a magnificar la importancia de las posiciones «escépticas» o «negacionistas». Sin embargo, los resultados de nuestro estudio indican que en la prensa y la televisión españolas apenas se aplica el principio del equilibrio, en relación con la existencia y origen del CC.

En general, el número de fuentes utilizadas en las informaciones es escaso: 1.33 fuentes por término medio en prensa, y 1.12 en televisión. Esto se interpreta como un signo de poca calidad de la información. A este respecto, los periodistas ambientales encuestados señalan, como posibles causas, la falta de tiempo para elaborar las informaciones (42%), la escasez de fuentes apropiadas (19%) y la falta de recursos en las redacciones (20%).

Tal como muestra el gráfico 2, los políticos son las fuentes hegemónicas, tanto en prensa como en televisión, seguidos por los científicos y los representantes de ONG. Los ciudadanos corrientes apenas aparecen, lo que puede interpretarse como un nuevo signo de distanciamiento entre la información y la sociedad.

El alto porcentaje de fuentes políticas no sorprende, teniendo en cuenta la relevancia de la dimensión política del CC. En algunos casos, esta presencia está plenamente justificada, dado que el énfasis de la información es una cuestión política relacionada con el CC; por ejemplo, las negociaciones entre países, que se desarrollan durante las cumbres internacionales del clima.

Gráfico 2. Fuentes informativas sobre CC en prensa y TV (%).



Fuente: elaboración propia.

Sin embargo, los políticos no siempre se ciñen a las cuestiones que, en principio, les competen, sino que también suelen referirse a asuntos científicos relacionados con el CC. Y esto es percibido por la audiencia como un elemento de desinformación. Uno de los participantes en el grupo de discusión (jubilado), lo expresó de la siguiente forma:

«Los medios de comunicación, a mi modo de ver, deberían limitarse exclusivamente a noticias contrastadas y no dar la opinión sobre temas científicos de gente no científica, que lo que generan es una sensación de incertidumbre absoluta y al final uno acaba pasando.»

Como ejemplo de informaciones en las que los políticos aluden a cuestiones de índole científica, cabe destacar, entre otras, una de las informaciones de televisión, en la que se recogen declaraciones de Ana Botella, por aquel entonces concejala de Medio ambiente del Ayuntamiento de Madrid, en las que dudaba sobre la existencia del CC (La Sexta, 13-9-2011).

En general, la audiencia percibe la escasa presencia de la ciencia en las informaciones como una carencia. Uno de los participantes (biólogo), lo expresaba con estas palabras:

«Creo que hay una absoluta desconexión entre lo que es el mundo de la ciencia, que en sus diferentes ramas y tal algo tendrán que decidir... están investigando en ello, y, luego, el mundo de la política. Y, entre medio queda el mundo de la comunicación, que no sabemos muy bien si obedece a lo que dicen unos, otros o qué.»

1.6. *Algunas propuestas de la audiencia*

Como se ha visto, los diferentes métodos utilizados ratifican, hasta cierto punto, que la información sobre el CC presenta numerosas carencias, entre las que destacan la excesiva dependencia de los ganchos de actualidad y la representación del fenómeno como algo lejano para el público.

La solución a estas carencias debe ponerse en relación con las propuestas realizadas por los miembros de la audiencia, manifestadas durante la sesión de *focus group*. Uno de los participantes —estudiante— mostraba su deseo de contar con información más esperanzadora, unida a propuestas positivas («Ideas para actuar, soluciones para la gente de la calle»).

Otros participantes señalaban que la información debería ser más rigurosa, sin dejarse influenciar tanto por el contexto de infoentretenimiento que domina los medios, especialmente la televisión: «Muchas veces yo creo que la ciencia se degrada por quererla ofrecer como una cosa divertida y hay cosas que no son divertidas, hay cosas que son como son. Y entonces, el pretender convertir en un juego lo que no es un juego lo prostituye un poco».

Esta propuesta resulta plenamente coherente con los resultados del estudio, que indican que existe un bajo nivel científico en las informaciones. Sería necesario explicar mejor la ciencia que subyace en el CC, otorgar mayor peso a las fuentes científicas y seleccionar las fuentes de acuerdo con su autoridad epistemológica, de forma que, por ejemplo, los políticos solo hablen de política.

Finalmente, tal como señala otro de los participantes, es necesario «que los que escriben sobre temas científicos sepan de qué hablan y no opinen (...), que sean periodistas especializados». Esta necesidad de especialización resulta evidente al analizar los datos sobre la dedicación de los periodistas ambientales y su nivel de formación. Como se ha visto, la mayor parte no ha recibido formación de suficiente entidad y tampoco ha podido especializarse por la vía del ejercicio profesional.

Esta necesaria especialización permitiría contextualizar mejor las informaciones y dotarlas de la vertiente científica necesaria, para conseguir que los datos aparezcan reflejados con rigor y cada opinión tenga el peso específico que le corresponde.

Bibliografía

- Anderegg, W., Prall, J., Harold, J. y Schneider, S. (2010). «Expert credibility in climate change», en *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 107, 12107-12109. doi:10.1073/pnas.1003187107
- Baquero, E. y León, B. (2013). «El rigor científico de las informaciones sobre el cambio climático». En León, B. (coord.) (2013). *El periodismo ante el cambio climático. Nuevas perspectivas y retos*. Barcelona: UOC, pp. 123-140.
- Boykoff, M. y Nacu-Schmidt, A. (2013). World Newspaper Coverage of Climate Change or Global Warming, 2004-2013. Cooperative Institute for Research in Environmental Sciences, Center for Science and Technology Policy Research, University of Colorado. URL: http://sciencepolicy.colorado.edu/media_coverage. Consultada el 10 de enero de 2013.
- Boykoff, M. y Boykoff, J.M. (2007). «Climate change and Journalistic Norms: A Case Study of US Mass-media Coverage», *Geoforum* 38: 190-204.
- Carvalho, A. (2011). «Entre a ciência e a política: A emergência das alterações climáticas como uma questão pública». En Carvalho, A. (ed.) *As Alterações Climáticas, os Media e os Cidadãos*. Coimbra: Grácio Editor.
- Comisión Europea (2011). Climate change. Special Eurobarometer 372. URL: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_372_en.pdf. Consultada el 8 de enero de 2014.
- De Lara, A. (2013a). «Los periodistas ambientales ante el cambio climático». En León, B. (coord.) (2013). *El periodismo ante el cambio climático. Nuevas perspectivas y retos*. Barcelona: UOC, pp. 141-161.
- De Lara, A. (2013b). «Las Fuentes periodísticas y la información sobre el cambio climático en los medios españoles: televisión y prensa». En León, B. (coord.) (2013). *El periodismo ante el cambio climático. Nuevas perspectivas y retos*. Barcelona: UOC, pp. 71-84.
- Ereult, G. y Segnit, N. (2006): *Warm Words: How are We Telling the Climate Story and Can We Tell it Better?* Londres: Institute for Public Policy Research.
- Gifford, R. (2008) «Psychology's essential role in climate change», *Canadian Psychology/psychologie canadienne* 49: 273-280.
- IPCC (2013). *Climate Change 2013. The Physical Science Basis*. URL: <http://www.ipcc.ch/report/ar5/wg1/#.UtUvjvTuK0I>. Consultada el 20 de diciembre de 2013.
- Kaempfert, W. (1956). Science in Review: Warmer climate on Earth may be due to more carbon dioxide in the air. New York Times. New York: 191. Citado en Boykoff, M. y Roberts, T. (2007). Media Coverage of Climate Change: Current Trends, Strengths, Weaknesses. Human Development Report 2007/2008. Url: hdr.undp.org/sites/default/files/boykoff_maxwell_and_roberts_j._timmons.pdf Consultado el 15 de enero de 2014.
- León, B. (coord.) (2013). *El periodismo ante el cambio climático. Nuevas perspectivas y retos*. Barcelona: UOC.
- León, B. (2013b). «Contextualización de las informaciones». En León, B. (coord.) (2013). *El periodismo ante el cambio climático. Nuevas perspectivas y retos*. Barcelona: UOC, pp. 85-98.
- León, B. y Erviti, M.C. (2013). «Science in pictures: Visual representation of climate change in Spain's television news», *Public Understanding of Science*. Publicado online, septiembre de 2013.
- Lorenzoni, I., Nicholson-Cole, S. y Whitmarsh, L. (2007) «Barriers perceived to engaging with climate change

- among the UK public and their policy implications,» *Global Environmental Change* 17: 445-459.
- Meira, P., Arto, M., Heras, F., Iglesias, L., Lorenzo, J. y Montero, P. (2013). *La respuesta de la sociedad española ante el cambio climático*. Madrid: Fundación Mapfre.
- New York Times (1932). *New York Times* (1932). Next Great Deluge Forecast by Science. *New York Times*. New York: 4. Citado en Boykoff, M. y Roberts, T. (2007). *Media Coverage of Climate Change: Current Trends, Strengths, Weaknesses*. Human Development Report 2007/2008. URL: hdr.undp.org/sites/default/files/boykoff_maxwell_and_roberts_j._timmons.pdf. Consultado el 15 de enero de 2014.
- Noguera, G. (2013). «La representación del cambio climático en los medios». En León, B. (coord.) (2013). *El periodismo ante el cambio climático. Nuevas perspectivas y retos*. Barcelona: UOC, pp. 46-69.
- ONU (1992). *Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático*. URL: <http://unfccc.int/resource/docs/convkp/convsp.pdf>. Consultado el 20 de diciembre de 2013.
- Ungar, S. (2007) «Public scares: Changing the issue culture,» in S. C. Moser and L. Dilling (eds) *Creating a climate for change: Communicating climate change and facilitating social change*, pp. 82-89. New York: Cambridge University Press.
- Weingart, P., Engels, A. y Pansegrau, P. (2000): «Risks of Communication: Discourses on Climate Change in Science, Politics, and the Mass Media», en *Public Understanding of Science* nº 9, pp. 261-283.

2.

¿Cómo podemos mejorar la calidad de la información sobre el cambio climático?¹

Francisco Heras Hernández

Centro Nacional de Educación Ambiental-OAPN

Pablo Ángel Meira Cartea

Universidade de Santiago de Compostela

2.1. Introducción

El cambio climático es un fenómeno complejo y difícilmente perceptible en muchas de sus dimensiones. En realidad, hemos sabido de su existencia y su relevancia gracias a las voces de alerta lanzadas por los científicos y transmitidas por los medios de comunicación. De hecho, se trata de un fenómeno que ha necesitado ser comunicado incluso para que su mera existencia sea reconocida (Heras, 2008).

La comunidad científica cree que un cambio sustancial del clima tendría afecciones a gran escala sobre las sociedades, las economías y las personas. Pero atenuar los impactos del cambio, evitando alteraciones drásticas y peligrosas en el sistema climático plantea un reto formidable: pasar de una cultura de la energía basada en el uso de los combustibles fósiles a otra «baja en carbono».

Esta combinación de amenaza y reto global explica que el cambio climático haya sido definido como «la historia más importante del siglo XXI» (Fahn, 2009). Una historia que debe ser contada de manera adecuada, ya que su comprensión es necesaria para que se produzcan respuestas sociales apropiadas.

La constatación del papel crucial de los medios de comunicación en la creación de una conciencia social en relación con el cambio climático, ha

¹ Este capítulo es una aplicación de los resultados del Proyecto Resclima, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España en el marco del VI Programa nacional de I+D+i 2008-2011, convocatoria de 2012, REF. EDU2012-33456.