

Introducción, por Bienvenido León.....	9
<b>1. El cambio climático en los medios: una visión pluridimensional, por Bienvenido León.....</b>	<b>11</b>
1.1. <i>El cambio climático como tema informativo</i> .....	12
1.2. <i>Metodología</i> .....	14
1.3. <i>Un tema informativo en declive</i> .....	16
1.4. <i>¿Un asunto lejano?</i> .....	18
1.5. <i>Información con poca ciencia</i> .....	22
1.6. <i>Algunas propuestas de la audiencia</i> .....	24
<i>Bibliografía</i> .....	25
<b>2. ¿Cómo podemos mejorar la calidad de la información sobre el cambio climático?</b>	
<i>por Francisco Heras Hernández; Pablo Ángel Meira Cartea</i> .....	28
2.1. <i>Introducción</i> .....	28
2.2. <i>¿Es necesario respetar un equilibrio entre fuentes?</i> .....	29
2.3. <i>¿Los nuevos conceptos se explican adecuadamente?</i> <i>¿Se utilizan adecuadamente?</i> .....	31
2.4. <i>¿Deben ponerse en relación la información sobre eventos meteorológicos y el cambio climático?</i> .....	32
2.5. <i>¿Cómo tratar gráficamente las informaciones relativas al CC?</i> .....	33
2.6. <i>¿Es posible tratar un asunto catastrófico sin ser catastrofista?</i> <i>¿Los medios deben alertar de la catástrofe o alentar la esperanza?</i> .....	35
2.7. <i>¿Cómo tratamos las soluciones?</i> .....	36
2.8. <i>¿Cómo se puede manejar el problema de la incertidumbre científica en la información sobre el cambio climático?</i> .....	37
2.9. <i>¿Cómo se puede potenciar la relevancia del cambio climático entre las cuestiones que preocupan a la población?</i> .....	41
<i>Bibliografía</i> .....	46

<b>3. ¿Reinventarse o rebelarse? Algunas reflexiones en torno a la situación del periodismo ambiental en España,</b>	
<i>por José María Montero Sandoval</i> .....	49
3.1. <i>La información como mercancía</i> .....	50
3.2. <i>Un periodismo digno en condiciones indignas</i> .....	51
3.3. <i>La falacia de la reinención</i> .....	53
3.4. <i>Cuestión de valores</i> .....	56
<i>Bibliografía</i> .....	58
<b>4. Guía de viaje para (nuevos) periodistas que cubren el cambio climático,</b>	
<i>por Michael Bourk</i> .....	59
4.1. <i>Introducción</i> .....	59
4.2. <i>Los elementos de valor en las noticias</i> .....	60
4.3. <i>Contextualiza la historia</i> .....	62
4.4. <i>Sigue el dinero</i> .....	63
4.5. <i>Define tus principios éticos</i> .....	64
4.6. <i>Conoce tus fuentes</i> .....	64
4.7. <i>¿Es ciencia?</i> .....	65
4.8. <i>¿Causa o relación?</i> .....	65
4.9. <i>Identifica el enfoque</i> .....	66
4.10. <i>¿Es una narrativa sólida?</i> .....	67
4.11. <i>Sé equilibrado: «dar al César lo que es del César»</i> .....	67
<i>Bibliografía</i> .....	69
<b>5. La comunicación del Apocalipsis,</b>	
<i>por Sergio Federovisky</i> .....	71
<i>Conclusiones</i> .....	80
<i>Bibliografía</i> .....	82
<b>6. Los efectos del cambio climático en el agua y su presencia en los medios de comunicación,</b>	
<i>por Luís Guijarro</i> .....	83
6.1. <i>Introducción</i> .....	83
6.2. <i>El agua, un recurso necesario para la vida</i> .....	83
6.3. <i>Agua y cambio climático</i> .....	87
6.4. <i>Agua, cambio climático, medio ambiente y medios de comunicación</i> .....	90
<i>Bibliografía</i> .....	96

<b>7. La comunicación sobre el cambio climático: la experiencia de Berkeley Earth,</b>	
<i>por Nicholas Bray</i> .....	97
7.1. <i>Un trabajo hercúleo</i> .....	98
7.2. <i>Haciendo frente a los retos</i> .....	100
7.3. <i>Diseñando una estrategia de comunicación</i> .....	101
7.4. <i>Respondiendo a los ataques</i> .....	103
7.5. <i>El lanzamiento de la campaña de comunicación</i> .....	105
<i>Bibliografía</i> .....	111
<b>8. El papel de los gabinetes de prensa en la información sobre cambio climático: la experiencia del Centro de Recursos Ambientales de Navarra (CRANA),</b>	
<i>por Susana Garayoa Pérez</i> .....	112
8.1. <i>Presentación del CRANA</i> .....	112
8.2. <i>El tratamiento de la información y la comunicación de las temáticas ambientales y el cambio climático en el CRANA</i> .....	113
8.3. <i>El cambio climático y la información ambiental en la prensa regional</i> .....	119
8.4. <i>Algunos resultados de la comunicación de CRANA durante sus diez años de trabajo (2003-2013)</i> .....	122
8.5. <i>Consideraciones finales</i> .....	123
<i>Bibliografía</i> .....	124
<b>9. El cambio climático en el entorno 2.0,</b>	
<i>por Maria Josep Picó Garcés</i> .....	125
9.1. <i>El paradigma digital</i> .....	125
9.2. <i>Comunicando el calentamiento</i> .....	126
9.3. <i>Un relato complejo</i> .....	130
9.4. <i>Formación y compromiso del periodista</i> .....	131
9.5. <i>Local, no catastrófico y despolitizado</i> .....	132
<i>Bibliografía</i> .....	135
<b>10. ¿Eludir el cambio climático? Comparativa de las preferencias de uso lingüísticas en la cobertura mediática en Estados Unidos y España,</b>	
<i>por Adriana Bailey; Lorine Giangola; Maxwell T. Boykoff</i> .....	137
10.1. <i>Introducción</i> .....	137
10.2. <i>Métodos</i> .....	139

10.3. Resultados y discusión.....	142
Estados Unidos vs. España.....	142
2001 vs. 2007.....	146
10.4. Conclusiones.....	150
Bibliografía.....	152
<b>11. De la omisión a la toma de medidas en la comunicación del cambio climático. El punto focal de los 2º C, por Rogelio Fernández Reyes.....</b>	<b>154</b>
11.1. Introducción.....	154
11.2. De la omisión a la toma de medidas.....	155
11.3. Análisis.....	159
11.3.1. Punto focal.....	159
11.3.2. Objetivos y metodología.....	160
11.3.3. Resultados.....	161
11.3.3.1. Número de referencias.....	161
11.3.3.2. Grado de cuestionamiento del punto focal.....	162
11.3.3.3. Propuestas.....	164
11.3.3.4. Toma de medidas.....	165
11.4. Conclusiones y Discusión.....	166
Bibliografía.....	170
<b>12. Involucrar al público en historias sobre el cambio climático y el medio ambiente. El uso de herramientas de comunicación para crear historias profundas, personales, interactivas y visuales, por Laura Ruel.....</b>	<b>172</b>
12.1. Introducción.....	172
12.2. Profundidad.....	173
12.3. Personalización.....	175
12.4. Interactividad.....	180
12.5. Visualización.....	180
12.6. Conclusión.....	186