

— Colección *Comunicación y Pensamiento* —

COMUNICACIÓN Y CAMBIO CLIMÁTICO. CONTRIBUCIONES ACTUALES

Coordinadores

Rogelio Fernández-Reyes
Daniel Rodrigo-Cano
Ilza Maria Tourinho Girardi

Autores

(por orden de aparición)

Ilza Maria Tourinho Girardi
Eloisa Beling Loose
Débora Gallas Steigleder
Rogelio Fernández-Reyes
Cláudia Herte de Moraes
Daniel Rodrigo-Cano
Mariana Alves Campos
Maite Mercado
Maria Josep Picó Garcés
Eliege María Fante

COMUNICACIÓN Y CAMBIO CLIMÁTICO. CONTRIBUCIONES ACTUALES

Ediciones Egregius
www.egregius.es

Coordinadores:

- Rogelio Fernández-Reyes
- Daniel Rodrigo-Cano
- Ilza Maria Tourinho Girardi

Autores:

- Ilza Maria Tourinho Girardi
- Eloisa Beling Loose
- Débora Gallas Steigleder
- Rogelio Fernández-Reyes
- Cláudia Herte de Moraes
- Daniel Rodrigo-Cano
- Mariana Alves Campos
- Maite Mercado
- Maria Josep Picó Garcés
- Eliege Maria Fante

Diseño de cubierta y maquetación: Francisco Anaya Benítez

© de los textos: los autores

© de la presente edición: Ediciones Egregius

N.º 67 de la colección Comunicación y Pensamiento
1ª edición, 2020

ISBN 978-84-18167-42-3

NOTA EDITORIAL: Las opiniones y contenidos publicados en esta obra son de responsabilidad exclusiva de sus autores y no reflejan necesariamente la opinión de Ediciones Egregius ni de los editores o coordinadores de la publicación; asimismo, los autores se responsabilizarán de obtener el permiso correspondiente para incluir material publicado en otro lugar.

PRÓLOGO

Esta edición parte del Simposio “Comunicación y cambio climático. La comunicación de los tipping points” dentro del V Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento, cuyo tema genérico fue “Comunicación y juventud. Nuevos medios, usos y consumos”. Dicho Congreso se organizó en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla para los días 1, 2 y 3 de abril de 2020, pero por motivos de la crisis sanitaria del COVID-19, se celebró *on-line*. Fue organizado por el Laboratorio de Estudios en Comunicación (LADECOM), la Universidad de Sevilla y el proyecto de I+D JuvenTV.

El Simposio se centró en la comunicación en este importante momento histórico de la era de la información (Castells, 2001) y el antropoceno (Crutzen y Stoermer, 2000), donde se desarrolla lo que es conocido como gran aceleración, que vive la especie humana en el planeta. En este marco también se está generando una gran revolución de las tecnologías de la comunicación, elementos claves para entender la civilización actual.

El cambio climático se erige como un reto esencial para el ser humano y multitud de especies, y la comunicación tiene un marco referencial diferente en esta etapa. Así, en su función social, los medios de comunicación son testigos y protagonistas de la información que se generan en torno a los tipping points o puntos de inflexión. Estos tipping points pueden ser negativos para el equilibrio climático, ejerciendo una retroalimentación del calentamiento global. Pero, por otra parte, también pueden ser positivos si se consideran beneficiosos en la acción contra el propio cambio climático. Entre los primeros se encuentran, entre otros, la sabanización del Amazonas o la liberación de metano por el derretimiento del permafrost si el aumento de la temperatura global supera ciertos umbrales (Steffen et al, 2018). Retroalimentaciones climáticas potenciales que podrían llevar a la Tierra a un estado de “invernadero”.

Entre los puntos de inflexión positivos se encuentran las reacciones globales como las que han protagonizado los jóvenes en las manifestaciones

mundiales por el clima, en la que han movilizado, de manera inaudita a nivel mundial, a millones de ciudadanos y ciudadanas. Los nuevos soportes, las novedosas maneras de comunicarse y las nuevas narrativas de este sector juvenil han ejercido un importante papel. También se planteó si la relevancia política adquirida y los récords de cobertura del cambio climático en los medios de comunicación en 2019 fueron una etapa puntual o supondría un antes y un después de su tratamiento mediático. En este Simposio propusimos poner la mirada en dichos puntos de inflexión.

A partir de aquí, los ejes temáticos fueron: La comunicación de las movilizaciones juveniles por el clima; La comunicación de los tipping points como retroalimentadores del calentamiento global; El Amazonas como tipping point; La comunicación de los movimientos indígenas; La comunicación de la adaptación y mitigación del cambio climático; El efecto Greta como fenómeno para la comunicación; y un periodo de cobertura mediática del cambio climático sin precedentes.

Las diferentes comunicaciones presentadas abordaron distintos perfiles, desde ángulos mediáticos, educativos y de iniciativas sociales. Varias investigadoras brasileñas han sido claves en esta edición, enriqueciéndola notoriamente con sus investigaciones.

El primer artículo trata sobre la frecuencia y el enfoque de las noticias ambientales publicadas en Brasil, donde los cambios en torno a las políticas ambientales, promovidos por el actual presidente, Jair Bolsonaro, contribuyen a aumentar la visibilidad de la agenda ambiental (y, específicamente, climática) en el debate público, ya sea en la escena nacional o en la escena internacional. Los resultados confirman que lo ambiental se ha convertido en una agenda constante y transversal, algo que está más allá de la regla de lo que señala la literatura en el área, apareciendo noticias relacionadas con el medio ambiente en casi todos los temas desde enero hasta junio de 2019 en los medios analizados. Se aprecia un periodismo ambiental más alineado con la vida cotidiana de los ciudadanos y con las decisiones político-económicas de Brasil.

El siguiente artículo se centra en el análisis de la cobertura de los términos “cambio climático”, “calentamiento global” y “crisis climática” en

prensa española en el año 2019. A partir de los resultados se aprecia que la prensa española otorgó una relevancia inusitada al cambio climático en este año, llegando a tener el mayor pico de atención en el mes de diciembre, cuando se celebró la Cumbre del Clima de Chile en Madrid. Se percibió el trazado de un tratamiento informativo diferente en algunos elementos, en el que el marco social alcanzó un protagonismo inaudito.

El tercer artículo parte se centra en las protestas por el clima en Brasil a lo largo de 2019 a través de noticias publicadas en 2019 por los dos portales de noticias con más accesos, *GI* y *UOL*. Los resultados indican que “existe poca articulación entre las escalas local y global, y las noticias sobre las huelgas por el clima provienen predominantemente de agencias internacionales, con poca contextualización sobre causas y consecuencias, y a menudo orientadas a la vida o el comportamiento de Thunberg, sin avanzar en la discusión del clima”.

El artículo cuarto aborda cómo Twitter se ha convertido en un espacio de información, difusión y debate adecuado para apoyar los objetivos del Libro Blanco de la Educación Ambiental. Para ello identifica los microdiscursos que aparecen en torno al movimiento de #EA26 a lo largo de 2019 a través de una muestra de más de 10.000 tuits. Como conclusión se valoran las posibilidades de la educomunicación ambiental como movimiento ciberactivista para lograr convertirse en un espacio para la adaptación y mitigación frente al cambio climático.

Mariana Campos trata el interesante debate de la implicación del periodista en la comunicación ante la crisis climática. ¿Cómo abordar el equilibrio y la neutralidad? Para ello se centra en la propuesta de dos autores: “journalism of attachment”, acuñado por el ex corresponsal de guerra Martin Bell, y “war of the worlds”, del filósofo francés Bruno Latour a la luz de la crisis ecológica.

Maite Mercado aborda el ámbito energético como un asunto central para mantener el incremento de la temperatura media mundial atendiendo al Acuerdo de París, lo cual “no podrá ser alcanzado sin una reforma importante de los sistemas de producción y consumo de energía”. Por ello, la profesora Mercado analiza la cobertura del cambio climático

ligado a la cuestión energética. Concluye que “la atención mediática a la cuestión energética en relación a la lucha contra el cambio climático no responde a la profunda interrelación entre ellas”. Dicha desvinculación no favorece la acción de la ciudadanía ni de los representantes políticos. Por tanto, “la conexión entre cambio climático y energía es necesaria en la información periodística para trasladar no solo las causas, también las soluciones a la crisis ambiental. Estas pasan por avanzar sin dudas en la descarbonización, que debiera conseguir mayor protagonismo en los medios”.

Maria Josep Picó estudia un cambio de tendencia en la prensa ambiental favorecida por el paradigma digital. Se trata de fundaciones que tratan el cambio climático como tema estrella con una importante impronta activista frente a los cánones tradicionales de imparcialidad y objetividad. La investigación se centra en las iniciativas estadounidenses: Grist e InsideClimate News. Mediante un análisis cuantitativo y cualitativo se estudian los encuadres temáticos, los indicadores de calidad periodística, la transparencia en relación con los flujos filantrópicos y la tipología de uso de las redes sociales y de las narrativas transmedia.

Fante y Tourinho analizan la minería en el estado de Rio Grande do Sul en el diario *Correio do Povo*. Observaron que la información sobre la explotación del carbón mineral “repetía el discurso oficial y equivocado del gobierno sobre cómo las termoeléctricas pueden ser sostenibles y / o no contaminantes”. El discurso económico valoró el volumen de inversiones y de puestos de trabajo, sin valorar la devastación ambiental y el desmoronamiento de las comunidades afectadas que provoca un mega proyecto minero. El discurso contrario, vino dado por los ambientalistas, técnicos ambientales y otros críticos. Concluyen que el periodismo hegemónico brasileño se separa de la realidad del cambio climático en la cobertura ambiental, en un contexto de desmantelamiento de las políticas públicas ambientales y del neoliberalismo global.

El último capítulo efectúa un análisis del tratamiento del cambio climático en prensa española de audiencia de centro y derecha, bajo la premisa que el cambio climático es un reto de todos los espectos. A través del buscador My News se estudian los artículos que contienen los términos

“cambio climático” o “calentamiento global” en las portadas, editoriales (y artículos derivados de ellos) en los diarios *El Mundo* y *Expansión* desde enero a junio de 2019. Mediante un análisis de contenido, se desgranar algunos elementos sobre cómo se comunica el cambio climático en estos soportes. Como conclusión, se percibe una aceptación del cambio climático, se identifican una serie de valores determinados, y unos argumentos a favor y en contra de cómo actuar ante este gran reto.

Se trata de distintas aportaciones y perspectivas en un campo, el de la investigación y la práctica periodística y educacional, en el que urge una gran creatividad para abordar la importante respuesta ante la crisis climática.

ROGELIO FERNÁNDEZ-REYES
DANIEL RODRIGO-CANO
ILZA MARIA TOURINHO GIRARDI