



Octubre 2010

## IRRUPCION MEDIATICA Y REPRESENTACION IDEOLOGICA DEL CAMBIO CLIMATICO EN ESPAÑA<sup>1</sup>

Rogelio Fernández Reyes<sup>2</sup>  
Sevilla, España, 2010  
[rogeliofreyes@hotmail.com](mailto:rogeliofreyes@hotmail.com)

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

**Fernández Reyes, R.:** *Irrupción mediática y representación ideológica del cambio climático en España*, en *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, octubre 2010.  
[www.eumed.net/rev/cccs/10/](http://www.eumed.net/rev/cccs/10/)

### RESUMEN

El presente artículo aborda la irrupción mediática del cambio climático en España a través del análisis de editoriales de prensa desde 1992 a 2008. Los resultados permiten subrayar que los hitos más importantes en la cobertura del cambio climático tienen que ver, al igual que en la comunidad internacional, con eventos políticos internacionales como la Convención Marco sobre el Cambio Climático (UNFCCC) y Protocolo de Kyoto (PK), principalmente, así como los informes científicos del Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (IPCC).

El resultado del análisis señala que la representación ideológica del cambio climático está bastante definida: el liberalismo se ubica en el extremo de no reconocer o minimizar el cambio climático; la socialdemocracia y el conservadurismo reconocen el cambio climático y proponen una postura reformista a la hora de abordarlo; y el ecologismo, con un discurso con voz de alarma, propone un cambio de sistema.

### PALABRAS CLAVE

Cambio climático - Comunicación - Periodismo - Representación ideológica

### ABSTRACT

This article discusses the importance of climate change in the media in Spain through the analysis of newspaper editorials from 1992 to 2008. The results allow us to emphasize on the most important milestones in covering climate change following the international community, international political events such as the Framework Convention on Climate Change (UNFCCC) and Kyoto Protocol (KP) primarily. As well as scientific reports of the Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC).

The result of this analysis points clearly to the ideological representation of climate change is fairly clear: liberalism is located in the extreme has not been recognized or minimized it's climate change; social democracy and conservatism in recognizing climate change and propose to reform is't posture when tackle; and its ecologism with a voice of alarm is needed to change it's system.

## KEY WORDS

Climate Change - Communications - Journalism - Ideological representation

### 1.- Introducción

Es prioritaria la investigación, a través del análisis mediático, del tratamiento que se le da al cambio global<sup>3</sup>. Los problemas ambientales de amplia dimensión, como el cambio climático, se perciben con cierta abstracción, con difícil acceso experiencial. La ciudadanía accede al conocimiento del problema a través de la información científica que se filtra a través de instituciones mediadoras, principalmente los medios de comunicación. Son éstos los que reinterpretan y adaptan los aportes científicos en función de distintos fines, intereses, criterios, valores, públicos destinatarios, contextos sociales, etc. (Meira, 2002: 91-134). La experiencia directa con el cambio climático no es tan mínima como complicada de discernir, si bien sus efectos tienden a ser más evidentes, más visibles, conforme pasan los años.

Los medios de comunicación se han convertido en los foros donde se negocian los asuntos de interés público, por lo que su papel en la construcción social del cambio climático es clave (Alcíbar, 2007: 260). El poder de los medios de comunicación hoy es innegable en la representación social del ámbito ambiental.

A pesar de que el ámbito ambiental va consiguiendo cierta consideración social desde hace varias décadas, las presiones sobre el entorno siguen creciendo. Como afirmaba la publicación del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) en 2007, desde 1987 los cambios en las fuerzas motrices como el crecimiento demográfico, los modelos de consumo y el consumo energético han ejercido cada vez más presión sobre el estado del medio ambiente (*GEO 4*, 2007: 34). Ante ello es preciso un cambio de la relación entre el ser humano y el resto de la naturaleza. En palabras de Carlos Martínez, siendo Presidente del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), "la actividad humana está afectando de forma profunda a la mayor parte de los procesos que, conjuntamente, determinan el funcionamiento de la biosfera. La consiguiente concienciación que ello ha producido, junto con la consideración del posible incremento de las perturbaciones en el funcionamiento del planeta Tierra, conforman un desafío de proporciones colosales, que requieren del concierto de la comunidad científica, los líderes políticos y toda la sociedad" (2006: 18).

Cuando el Club de Roma encargó, en 1972, *Los límites del crecimiento* (Meadows, 1973), ni en la sociedad en general, ni en el ámbito científico, ni en el movimiento ecologista, se sabía cuál sería el primer reto ambiental que daría la cara con una dimensión considerable. Hoy día se apunta al cambio climático como principal desafío ambiental al que se enfrenta la humanidad. El secretario general de la Naciones Unidas, Ban Ki-moon, expresaba que "reducir e invertir el cambio climático es el reto que define nuestra época" al presentar el informe de síntesis del Cuarto informe del IPCC<sup>4</sup>. Estas declaraciones la han repetido posteriormente varios dirigentes mundiales, subrayando la importancia de la necesidad de considerarlo en serio (The Worldwatch Institute, 2009: 21), aunque dista de la aplicación real de sus políticas. Ki-moon considera que la solución a los conflictos ambientales y al cambio climático "es el gran imperativo moral, económico y social de nuestros tiempos", hasta el punto de que la agresión al medio ambiente, "puede llegar a minar los distintos avances que la humanidad ha conseguido en las últimas décadas. De hecho, está socavando nuestra lucha contra la pobreza y podría incluso poner en riesgo la paz y la seguridad internacionales" (*GEO 4*, 2007: xvi). También es reconocido por el PNUMA como un reto de gran importancia: "Los impactos son ya evidentes, y se prevé que los cambios en la disponibilidad de agua, en la seguridad alimentaria y en el incremento del nivel del mar afecten dramáticamente a millones de personas". (*GEO 4*, 2007: 40)

El cambio climático, y la sostenibilidad como respuesta a la extralimitación del impacto humano, influyen de manera directa y notoria en el ejercicio periodístico. El cambio climático está catalizando la atención mediática como principal reto ambiental. Los medios de comunicación reflejan -y son actores decisivos- de la representación social del cambio climático

y de la sostenibilidad. Por tanto, pueden jugar un importante papel facilitando u obstaculizando la resolución de los retos que genera la extralimitación. Consideramos que una de las nuevas funciones del ejercicio periodístico es la de colaborar en la emergencia de toda una nueva cultura basada en la sostenibilidad (Fernández Reyes, 2010: 11).

Un ejemplo del papel de facilitador de los medios de comunicación se materializó el 7 de diciembre de 2009, con motivo de la Cumbre de Copenhague. Se trata de un hito periodístico sin precedentes en materia ambiental: 56 periódicos en 45 países decidieron dar el paso de hablar con una sola voz a través de un editorial común. “Lo hacemos porque la humanidad se enfrenta a una grave emergencia”, exponían. Su iniciativa perseguía una reacción de acuerdos en los dirigentes mundiales que no se dio.<sup>5</sup>

No cabe duda que el protagonismo mediático del cambio climático va en aumento. Según defendía el director de la revista *Energías Renovables*, Luís Merino, no parece cercano un final feliz ya que la demanda de energía no para de crecer en todo el mundo, “cada día queremos más” (2006: 61): “La llegada de un huracán mediático llamado cambio climático ha puesto la energía encima de la mesa. Y ahora uno y otra, cambio climático y energía, abren telediaros, llenan portadas en los periódicos y hasta generan un cierto debate político. Algo del todo inimaginable hace apenas una década” (Merino y Mosquera, 2008: 121). El cambio climático está llamado, por sus consecuencias biofísicas, a acaparar aún más la atención social y mediática.

Si seguimos la máxima de a mayor énfasis en los medios de comunicación, mayor énfasis para el público (Xambó, 1999: 448), nos encontramos con diferencias marcadas en distintos medios de comunicación en el tratamiento informativo del cambio climático. Mientras que unos medios le otorgan una importancia relevante, otros minimizan sus consecuencias. Estas diferencias están presentes en el panorama internacional y tienen mucho que ver con la construcción que la ciudadanía se está haciendo de este reto ambiental. Su conocimiento es vital a la hora de abordar dicho reto.

Para conocer esta realidad, nos detendremos en una aproximación cuantitativa y cualitativa.

## 2.- Metodología

Partimos de la base de que ya se ha roto el equilibrio en varios indicadores ambientales globales y que nos encontramos en un periodo de incertidumbre, de riesgo, que demanda un nuevo equilibrio emergente. Como expone Johan Rockström, de la Universidad de Estocolmo, y otros 28 científicos, existen nueve “límites planetarios” que la humanidad debe respetar para no inestabilizar los sistemas terrestres esenciales, con cambios climáticos bruscos y tal vez catastróficos. Tres de los límites ya han sido transgredidos: los del calentamiento global, la extinción de especies y el ciclo del nitrógeno. Otros cuatro están cerca de caer: uso del agua dulce, conversión de bosques en cultivos, acidificación de los océanos y ciclo del fósforo.<sup>6</sup>

Centrándonos en el cambio climático, el presente artículo aborda un análisis mediático a través de editoriales de prensa de cuatro publicaciones, tres de ellas en papel (*El País*, *El Mundo* y *El Ecologista*) y otra en formato electrónico (*Libertad Digital*). La metodología se basa en el análisis de contenido del discurso (Bardin, 1986: 131). Consideramos el análisis de contenido como el conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones tendente a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes, permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (variables inferidas) de estos mensajes (Bardin, 1986, 32). Seguimos la propuesta de este autor, quien considera que el análisis de contenido se mueve entre dos polos, el del rigor de la objetividad y el de la fecundidad de la subjetividad. Bardin diferencia la aproximación cuantitativa, que obtiene datos descriptivos por un método estadístico, de la aproximación cualitativa, que corresponde a un procedimiento más intuitivo. Lo que caracteriza al análisis cualitativo, es que la inferencia -cada vez que se hace- está basada en la presencia del índice (tema, palabra, personaje, etc.), no en la frecuencia de su aparición en cada comunicación individual. La inferencia supone una operación lógica por la que se admite una proposición en virtud de su relación con otras proposiciones admitidas ya como verdaderas (1986: 88 y 29).

Elegimos los soportes de prensa escrita e Internet, por considerar que permiten un análisis y una reflexión profundos. La elección de cabeceras la justificamos porque se acercan a los modelos de cosmovisión sociopolítica de los cuatro principales partidos europeos<sup>7</sup>: *El Mundo*, *El País*, *Libertad Digital*, y *El Ecologista* son, ideológicamente, referentes del

conservadurismo, la socialdemocracia, el liberalismo y el ecologismo. *El Mundo* y *El País* son los dos diarios no deportivos de mayor tirada españoles. *Libertad Digital* es un diario electrónico con una postura liberal manifiesta; y *El Ecologista* es la revista de una de las asociaciones ecologistas de mayor influencia en el territorio: Ecologistas en Acción.

El periodo estudiado va desde la Cumbre de la Tierra, en 1992, hasta la Cumbre de Poznan, en 2008. Comenzamos en 1992 porque previamente, en España, el cambio climático fue tratado por los medios de comunicación de manera ínfima. Fue en esta fecha cuando comenzó a tener algo de atención por la Cumbre de la Tierra, y no en todos los diarios. El análisis lo efectuamos en 2009, por lo que acotamos el estudio a final de 2008. Dos de los medios elegidos ya existían en 1992, los otros dos nacerían más tarde.

Para estudiar cuantitativamente la cobertura del cambio climático, hemos aplicado las categorías: número de unidades, protagonismo, coeficiente de aparición, denominación y bloque temático.

Para el estudio cualitativo nos hemos apoyado en inferencias. Elaboramos categorías que permitían diferenciar desde qué posicionamiento ideológico se había abordado el cambio climático. Englobamos las cuatro principales cosmovisiones sociopolíticas en tres posturas: discurso neoliberal, ambientalista y ecologista con el propósito de contemplar tres propuestas en torno al sistema socioeconómico hegemónico actual: mantenimiento del sistema (neoliberalismo), reforma del sistema (medioambientalismo) y cambio del sistema (ecologismo). Nos basamos en la diferenciación que efectúa el catedrático de Política Andrew Dobson entre medioambientalismo y ecologismo<sup>8</sup>, y añadimos neoliberalismo.

Las categorías para el análisis cualitativo que hemos diferenciado son: definición del conflicto ambiental, alternativas, inferencias éticas, inferencias científicas, inferencias económicas e inferencias sociopolíticas.

Una vez efectuado el análisis de contenido a las cabeceras elegidas, procedimos a un análisis comparativo, con el objeto de conocer los discursos polifónicos en torno al cambio climático.

En la investigación nos basamos en la teoría de la *agenda setting*, que subraya la influencia mediática sobre el público a la hora de fijar o establecer qué temas poseen interés informativo, cuanta relevancia se le otorga o desde qué postura ideológica se aborda. Ello es deliberadamente mostrado a través del editorial, donde se muestra la identidad de la publicación.

La influencia del editorial, también denominado artículo de fondo, comentario editorial e incluso columna, se muestra en el hecho de que todos los dirigentes políticos de los países occidentales desayunan con la selección sintetizada de los artículos editoriales pertenecientes a los principales periódicos de prestigio reconocido de todo el mundo (Santamaría y Casals, 2000: 282). El editorial explica, valora e interpreta los hechos noticiosos de especial trascendencia según una convicción de orden superior representativa de la postura ideológica del periódico (Vivaldi, 1972: 313). Es la opinión del diario respecto a las noticias que publica, por lo que se confía tan solo a personas perfectamente identificadas con la línea política de la dirección o los propietarios de la empresa (Martínez, 1983: 384). El editor se reserva la exposición de sus propias ideas pensamientos y opiniones (Esteve y Fernández, 1998: 22) afines a la cosmovisión de la publicación.

Como apunta Borrat, al ser el escenario de los periódicos para explicitar su línea política, ocupa un rango singular dentro del discurso polifónico que ni los artículos ni las columnas de opinión pueden disputarse. Artículos y columnas manifiestan opiniones que sólo involucran a los autores; el editorial involucra institucionalmente al propio periódico. Y el periódico es el primer interesado en subrayar esta involucración (1989: 33 y 138).

Nos decantamos, pues, por el género periodístico editorial por su riqueza como validador de temas prioritarios y como relato abiertamente ideológico.

### **3.- En la comunidad internacional**

La evolución en la atención al cambio climático comenzó con la alerta de los científicos. En unos países, como el caso de España, fue amplificada por los ecologistas, a la que se fue sumando la opinión pública, los políticos, las empresas, etc. (Rivera, 2008: 99); en otros países, como en EEUU, la amplificación ha sido fruto de su abordaje en las instituciones políticas o del incremento de la temperatura (Corbett, 2010: 1).

Como observaremos, los principales reclamos de la cobertura del cambio climático han tenido que ver con informes científicos y con eventos políticos internacionales. La atención

mediática global sobre este tema es constante y creciente, aunque con altibajos, con un trayecto sinuoso. Es interesante ver cómo el cambio climático ha adquirido protagonismo y lo ha perdido, para volverlo a tomar más adelante.

Durante más de dos décadas, el tema del cambio climático y sus posibles consecuencias han ocupado un papel central en la comunicación pública alemana. En los últimos años del siglo XX se pueden señalar dos etapas de la cobertura del cambio climático: desde 1975 a 1987 con un tratamiento continuado, aunque pequeño y un despegue desde 1988 a 1995 (Weingart, Engels y Pansagrau, 2000: 261-283). En la Primera Conferencia de las Partes (COP1), en 1995 en Berlín, Weingart, Engels y Pansagrau percibieron un punto de inflexión influenciados por los medios estadounidenses hacia un mayor escepticismo de las causas antropogénicas. Sin embargo, dos años más tarde, el cambio climático ocupó el segundo lugar en la lista de *leit motiv* de la información ambiental alemana. Y dos años después, en 1999, pasaría a estar en el décimo segundo lugar (Hanke, 2002: 202). Pero fue, sobre todo, a partir de 2002, cuando comenzó a crecer su cobertura, llegando a su punto álgido en octubre de 2006, con la publicación del Informe Stern, en febrero de 2007 con la presentación del primer volumen del Cuarto Informe del IPCC y el resto de 2007 con los siguientes volúmenes de dicho informe (Hans Meter y Harald Heinrichs, 2010: 1).

En la prensa británica, Carvalho y Burges, apreciaron un receso de la atención sobre el cambio climático entre los años 1991 y 1996 (2005: 1-13). Concretamente, Carvalho observa una escalada en 1988 que baja en 1991 y vuelve a aumentar en 1997 y posteriormente en el año 2000 (2010: 5).

Hasta finales de siglo, en EE.UU., se distinguían tres fases: una de aumento progresivo, de 1986 a 1989, otra de estancamiento, en 1990 y otra de receso, de 1991 a 1996. (McComas y Sanan, 1999: 30-57). Trumbo, por su parte, señala como punto álgido 1988 y una disminución a principios de los 90 (1995). El *New York Times* es testigo del crecimiento posterior. Publicó 96 informaciones y comentarios sobre el cambio climático en 1988; en 2007 ascendería a 837 textos. Al igual que en otros países, no siguió una línea continua. El primer hito mediático en torno a este tema se produjo en el senado estadounidense en 1988. Corbett, Young y Byron observaron que la cobertura informativa en Estados Unidos declinó significativamente a partir de 1993 y siguió fluctuando durante la siguiente década. Se incrementaría en 2007 (2010: 1).

Por tanto, entre las fechas en los que aparecen picos de interés en estos países se encuentran: 1988, 1990, 1995, 1997, 2000, 2002, 2006, 2007, 2009. En resumen, el cambio climático fue identificado como una amenaza ambiental específica en el segundo lustro de la década de los ochenta por algunos países occidentales. Entre los acontecimientos que más han influido en la cobertura del cambio climático o el calentamiento global en prensa mundial se encuentran:

- 1988: la creación del IPCC
- 1990: publicación del Primer informe del IPCC en 1990
- 1992: Convenio Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático en la Cumbre de la Tierra, en Río de Janeiro
- 1995: publicación del Segundo informe del IPCC
- 1997: Protocolo de Kyoto
- 2001: publicación del Tercer informe del IPCC
- 2005: entrada en vigor del Protocolo de Kyoto y los efectos del huracán Katrina
- 2006: el estreno del documental de Al Gore *Una verdad incómoda* y el informe Stern sobre la economía del cambio climático
- 2007: presentación del Cuarto informe del IPCC y Nobel de la Paz para Al Gore y el IPCC
- 2009: cumbre de Copenhague

Un estudio que aborda la cobertura de "cambio climático" o "calentamiento global" desde 1987 hasta 2006 en 17 países de los cinco continentes en 40 de los periódicos en lengua inglesa más influyentes del mundo (Boykoff, 2010: 5) muestra que los picos de atención mediática se ubican en 1989, 1990, 1992, 1995, 1997, 2001, 2005 y 2006. Coincide bastante con las fechas indicadas anteriormente y con los resultados de nuestro análisis en el territorio español. Por lo que se puede concluir que los picos en el tratamiento del cambio climático nacionales están marcados, básicamente, por hitos internacionales. Han tenido que ver, mayormente, con la ONU, a través de los informes del Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (IPCC) y del Convenio Marco sobre Cambio Climático (UNFCCC), y con el Protocolo de Kyoto. Otros acontecimientos en el ámbito nacional que han podido influir en el panorama internacional han sido, los efectos del Katrina, el informe Stern y la influencia del documental

*Una verdad Incómoda* de Al Gore. Luego, cada país contiene una serie de especificidades, tales como el discurso de Margaret Thatcher sobre la amenaza del cambio climático en el Royal Society de Londres en 1988; las declaraciones del científico de la NASA James Hansen en el Congreso estadounidense y la sequía extrema en América del Norte también en 1988; la cumbre del G8 en Escocia en la que se abordó el cambio climático en 2005, etc.

No obstante, en cada país o región, la cobertura ha sido diferente. El tratamiento que se le dio en Australia, Nueva Zelanda, Oriente Medio, Asia, Europa del Este y Suráfrica fue, en general, baja hasta 1997, año de la negociación del Protocolo de Kyoto (Boykoff, 2010: 4).

#### 4.- En España

La cobertura en España comenzó una década después que algunos países europeos y EE.UU. Los resultados de nuestro análisis concuerdan con la conclusión de Meira, quien afirma que la sociedad española, de manera significativa, identificó el cambio climático como un objeto de interés público en el segundo lustro de los años noventa, si bien, anteriormente, estaba ya considerado en las esferas científicas, ecologistas o políticas (18-21). El punto álgido sería, al igual que en el resto de los países, en 2007.

Hace más de un siglo, la revista divulgativa *Alrededor del Mundo* abordaba el tema de la variación del clima, allá por 1900. El artículo, firmado por A. Vela, trataba sobre el excesivo calor en la segunda quincena de julio y sobre una tabla estadística de los últimos diez años que mostraban una década más cálida. No vinculaba la variación de la meteorología con motivos antrópicos, asumiendo un desconocimiento que “ha de desvelar” la ciencia.<sup>9</sup>

Diecisiete años más tarde, el *ABC* recogía en sus páginas el suplemento *El Sol*, una publicación atenta a las novedades científicas. En 1925, el geógrafo Juan Dantín Cereceda, abordaba ya el cuestionamiento sobre la posibilidad del impacto humano en la variación del clima: “Cuestión muy interesante e igualmente discutida es la del influjo que en los pretendidos cambios del clima ha podido ejercer el hombre. Se ha hablado mucho del efecto que los descuajes y las repoblaciones de grandes masas forestales han ejercido en el clima, pero a ninguno de los invocados y ya manidos argumentos se concede hoy el valor preciso para probar que la acción del hombre sea capaz de modificar el clima en medida apreciable (...)”<sup>10</sup>

En la década de los 70, la prensa comenzaba a hacerse más eco de esta realidad. En los primeros meses de vida de *El País* nos encontramos con un artículo y un reportaje reconociendo el calentamiento global. El primero es de Benito R. Mallol, quien bajo el título de “La Tierra se calienta”, aborda las relaciones causa-efecto entre los componentes atmosféricos<sup>11</sup> y el reportaje de Alfonso García, titulado “El clima mundial va a cambiar”, que se apoya en un “escandaloso anuncio” realizado por el International Council of Scientific Unions, en el marco del comité para problemas de medio ambiente<sup>12</sup>.

Más recientemente, en España, el cambio climático comenzó a tener eco mediático, tímidamente, en 1992, en la Cumbre de la Tierra, siendo 2007 cuando tomó su mayor protagonismo.

##### 4.1.- Análisis cuantitativo

Detengámonos a ver cómo ha sido la irrupción mediática en España a través de los editoriales de *Libertad Digital*, *El Mundo*, *El País* y *El Ecologista* desde 1992 hasta 2008

a) *Unidades totales*: número de editoriales analizados

<i>Libertad Digital</i> :	25 (22 noviembre 2001 – 31 diciembre 2008)
<i>El Mundo</i> :	50 (23 octubre 1989 – 31 diciembre de 2008)
<i>El País</i> :	101 (1 enero 1992 – 31 diciembre 2008)
<i>El Ecologista</i> :	20 (verano 1999 – invierno 2008)

Como se puede apreciar, las comparativas no son del todo equitativas puesto que *Libertad Digital* y *El Ecologista* comenzaron más tarde de 1992, y en el caso de *El Ecologista*, las ediciones son por estaciones del año y no por días como el resto. *El Mundo* y *El País* sí son comparables en todos los sentidos por su presencia continuada desde 1992, año de la Cumbre de Río, hasta 1998, año de la Cumbre de Poznan<sup>13</sup>.

Entre los diarios (*El Ecologista* es trimestral), *El País* es el que más editoriales dedica al cambio climático, el doble que *El Mundo* y cuatro veces más que *Libertad Digital*.

b) Importancia otorgada:	Total	Prioritario	Secundario	% Prioritario
<i>Libertad Digital:</i>	25	22	3	88 %
<i>El Mundo:</i>	50	36	14	74 %
<i>El País:</i>	101	66	35	65,3 %
<i>El Ecologista:</i>	20	8	12	40 %
Total	196	132	64	67,3 %

En el análisis se diferenciaba cuándo el tema del cambio climático era el protagonista o asunto central en el editorial (Prioritario) y cuándo era un tema de segundo orden (Secundario). En la tabla se observa cómo el cambio climático se ha abordado, mayormente como un tema Prioritario.

c) *Coefficiente de aparición*: obtenido del número de veces en que es tratado el tema en el total de ediciones de la publicación.

Aunque *Libertad Digital* comenzó a editarse el 8 de marzo de 2000, hemos podido acceder a sus editoriales en su hemeroteca a partir del 22 de noviembre de 2001. Resultan 2580 días en los que hemos encontrado referencias en 25 ocasiones, por lo que tiene un coeficiente de aparición de 0,9 %. De *El Mundo* son 6171 ediciones, con 50 referencias y un coeficiente de 0,8. De *El País* resultan 6171 ediciones, con 101 referencias y un coeficiente de 1,6. En *El Ecologista*, de las 43 ediciones estudiadas, el tema ha aparecido en 20 ocasiones con un coeficiente del 46,6 %.

Pero si nos ceñimos a últimos cinco años estudiaos, este es el resultado:

	Total	En los últimos 5 años (2004-2008)	
<i>Libertad Digital:</i>	0,9 %	25	1,3 %
<i>El Mundo:</i>	0,8 %	26	1,4 %
<i>El País:</i>	1,6 %	67	3,6 %
<i>El Ecologista:</i>	46,4 %	9	45 %

En cuanto al coeficiente de aparición en los últimos cinco años, la publicación con el mayor coeficiente es *El Ecologista* (46,4 %). Casi la mitad de sus editoriales aborda el tema del “cambio climático”; de los rotativos diarios es *El País* el que más lo trata (1,6 %), más del doble en su totalidad a *El Mundo* (0,8 %) y a *Libertad Digital* (0,9 %)

Si sólo tenemos en cuenta los últimos cinco años, la proporción de *El País* (3,6 %) se agranda con respecto a *El Mundo* (1,4 %) y *Libertad Digital* (1,3 %).

d) *Denominación*:

En la búsqueda de unidades optamos por las construcciones de binomios: “efecto invernadero”, “cambio climático” y “calentamiento global”. En los primeros años se usaba la primera opción y acabó imponiéndose la segunda.

*Libertad Digital*: En esta publicación prevalece la denominación de “calentamiento global”. En menos ocasiones se refiere al “cambio climático” y apenas usa “efecto invernadero”.

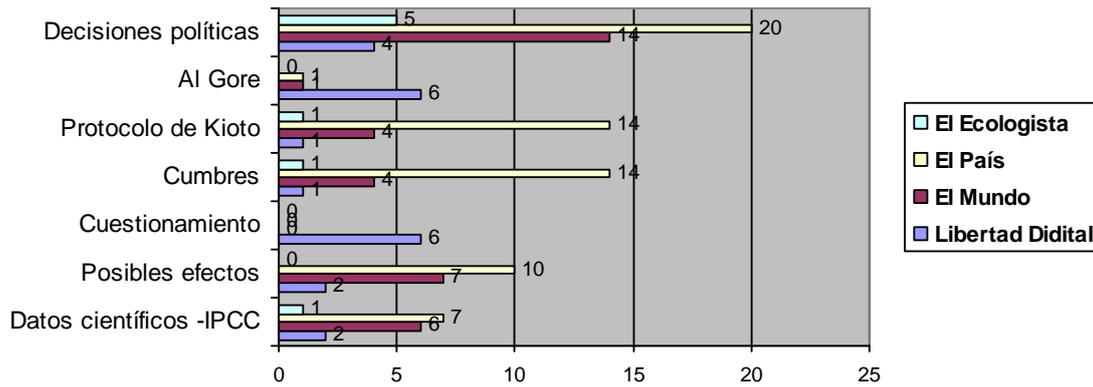
*El Mundo*: En los primeros editoriales, en 1997, se abordó el tema con los vocablos de “efecto invernadero”, aunque pronto prevalecería la denominación de “cambio climático”.

En *El País*: Entre 1992 y 1998, hay cinco editoriales que abordan el tema con los vocablos “efecto invernadero”, sin nombrar cambio climático. En otras ocasiones también se trata con “cambios climáticos”, en plural, tal y como se titula uno de los Tratados abordados en la Cumbre de la Tierra. El resto comienza a coexistir “efecto invernadero” y “cambio climático”, para acabar prevaleciendo esta última opción.

En *El Ecologista* prevalece la denominación de “cambio climático”.

Se observa, pues, una identificación con distintos términos que ha evolucionado de “efecto invernadero” a “cambio climático” y “calentamiento global”. Las tres fórmulas remiten a fenómenos diferentes, pero en muchas ocasiones se usan indistintamente. Prevalece “cambio climático” en *El País*, *El Mundo* y *El Ecologista*, y “calentamiento global” en *Libertad Digital*.

e) *Bloque temático*: Es preciso especificar que a veces los temas se solapan en un mismo editorial. Cuando así ocurre nos decantamos por el principal. En este apartado sólo hemos analizado las ocasiones en las que el cambio climático es el tema Prioritario en el editorial:



Cuadro 1.- Fuente: elaboración propia

*El Mundo* aborda el cambio climático en primer lugar tratando de Decisiones políticas, seguido de Posibles efectos, Datos científicos, el Protocolo de Kyoto y las Cumbres. *El País* dedica su mayor atención a las Decisiones políticas, seguido del Protocolo de Kioto y de las Cumbres, de los Posibles efectos y de los Datos científicos.

*Libertad Digital* aborda el Cuestionamiento del cambio climático con bastante interés, al igual que el intento de desprestigio a Al Gore. Estos dos temas suponen la mayoría de los editoriales que dedica al calentamiento global. *El Ecologista* centra su mirada, mayormente, en las Decisiones políticas.

Concluyendo, los acontecimientos que han provocado más editoriales en las cabeceras españolas estudiadas son: decisiones políticas (tanto internacionales como nacionales), en 43 ocasiones; seguidas por el Protocolo de Kyoto y las Cumbres de la UNFCCC, ambas 20 veces; los posibles efectos naturales, en 19 ocasiones; datos científicos o informes del IPCC, 16 veces; Al Gore en 8 ocasiones; y el cuestionamiento en 6 veces.

Podemos afirmar que en España se sigue ese mismo patrón internacional marcado el ámbito político y el ámbito científico. Es preciso apuntar que muchas de las veces que se clasificó como decisiones políticas era fruto de las Cumbres de la UNFCCC, el PK o los informes del IPCC.

#### Fenómeno Al Gore

Al Gore es uno de los mediadores más influyentes en el ámbito comunicativo del cambio climático. La figura del ex vicepresidente de los EEUU logró un eco mediático considerable a lo largo de 2007. Como muestra el estudio de Mapfre y la Universidad de Santiago de Compostela, el documental centrado en la figura de Al Gore, *An Inconvenient Truth*, es la iniciativa más rememorada en el territorio español cuando se pide a los/as encuestados/as que mencione algún libro, película, campaña de sensibilización o exposición relacionada con el cambio climático. Lo señalan un 13,7% de citas, por delante de otro tipo de documentales, el 10,2%. Las películas de ficción aparecen a continuación, con un 5,2% de referencias sobre el total de la muestra. Estas tres categorías reflejan hasta qué punto los medios audiovisuales son los canales de acceso al cambio climático, al menos, más relevantes y significativos para la población española (Meira, 2009: 80).

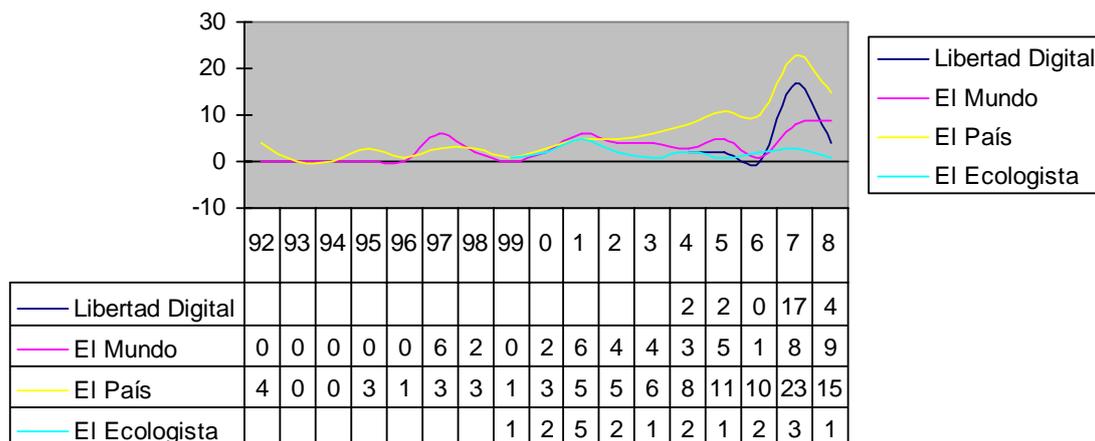
Reig y Alcalde analizan cómo el crecimiento de la cobertura del cambio climático se multiplicó coincidiendo con aquellos hitos informativos protagonizados por él (2007: 302). Al Gore asumió protagonismo mediático con la presentación de su documental (el cual ganó dos Oscar), su visita a España, su candidatura al Premio Príncipe de Asturias de Cooperación Internacional y la obtención del premio Nóbel de la Paz. Los resultados de su análisis cuantitativo apuntan a un incremento sensible de las noticias con contenidos referidos al cambio climático relacionado con la influencia de Al Gore. Así, en el primer trimestre del 2007, entre los cinco diarios analizados se contaban 632 noticias, mientras que en el mismo periodo de 2006, la cifra descendía a 117. Entre estas dos variables se establece un incremento del 440,17 por ciento (2007: 321-322).

No obstante creemos que buena parte de la atención mediática a Al Gore se debió a que coincidió con lo que consideramos el hito más determinante en la irrupción del cambio climático: la presentación en París, el 2 de febrero de 2007, del Cuarto informe del IPCC.

En nuestro análisis, *El Mundo*, al igual que *El País*, alude a Al Gore como protagonista en sus editoriales tan sólo cuando le es concedido el Nobel de la Paz, en contraste con *Libertad Digital*, en la que Al Gore es la palabra más repetida en los titulares. En 6 ocasiones ocupa un lugar para ser criticado. *El Ecologista* no se refiere al ex vicepresidente estadounidense en ninguno de sus editoriales e incluso lo omite entre los motivos de la irrupción mediática del cambio climático como se puede apreciar en el editorial de su número 53, titulado “El cambio climático bajo los focos”.

f) *Unidades por año: 196*

A continuación se muestran una gráficas con el número de editoriales en los que apareció el cambio climático en las publicaciones elegidas por año.<sup>14</sup>



Cuadro2.- Fuente: elaboración propia

Como muestra la gráfica, salvo la aparición puntual en 1992 en el diario *El País*, la atención mediática no se iniciaría hasta el segundo lustro de los noventa, decaería en 1999 y volvería a remontar en 2001, siendo 2007 el año con más editoriales dedicados al tema. Los picos de más cobertura coinciden con la Cumbre de la Tierra (con el Convenio Marco sobre Cambio Climático) (1992), el segundo informe del IPCC (1995), el Protocolo de Kyoto (1997), el tercer informe del IPCC (2001), la entrada en vigor de Kyoto (2005) y la presentación del cuarto informe del IPCC.

Si comparamos el número de editoriales sobre cambio climático con el resto de informaciones sobre dicho tema en el diario *El País*, observamos que hay un paralelismo cuantitativo. Al igual que en los editoriales, el total de artículos que tratan el cambio climático ha seguido una tendencia ascendente en líneas generales, pasando de 75 informaciones en 1999 a 878 en 2008: 75 en 1999, 154 en 2000, 223 en 2001, 208 en 2002, 162 en 2003, 261 en 2004, 381 en 2005, 427 en 2006, 1334 en 2007 y 878 en 2008 (Parrat, 2010: 6).

Por meses, el pico más significativo destaca en noviembre y diciembre, fechas en la que se han celebrado varias cumbres del clima del UNFCCC. Llama la atención cómo en *Libertad Digital* el número de editoriales baja en este mes, debido a que no aborda ninguna de estas reuniones internacionales.

#### 4.2.- Análisis cualitativo: Representación ideológica

Los distintos soportes comunicativos han sido vitales para difundir las ideas revolucionarias, los abusos de poder, los descubrimientos, las injusticias, etc. Su influencia se aprecia en la carga de valores que transmiten de manera intrínseca, que pueden fomentar el consumismo o la austeridad, el materialismo o el espiritualismo, el individualismo o el colectivismo, el mantenimiento del *status quo* o transformaciones estructurales, y una ideología implícita.

Casasus expone que en todo mensaje de comunicación de masas existe un sistema ideológico que constituye la red de categorías de codificación de lo real que nos viene propuesto todos los días en cualquier medio. La ideología es consustancial a los medios de comunicación de masas (1979: 107). Salvo excepciones, en el momento en que la prensa se convierte en un fenómeno de masas, aparece ya su carácter de aparato ideológico al servicio del *stablissement* (Orive, 1980: 93).

En los últimos lustros hemos asistido a una concentración de los medios de comunicación en empresas multimedias respaldadas por accionistas ajenos al mundo comunicativo. Esta concentración en pocas manos, normalmente ligadas a grupos económicos poderosos, va de la mano de la priorización de la rentabilidad o de defensa de intereses no siempre explicitados<sup>15</sup>. Ramón Reig considera que este oficio se ha convertido en un elemento del primer poder: “Los medios de comunicación, mientras más fuertes son, más limitados están por las presiones que reciben y por las autocensuras que se imponen a tenor de los intereses que guardan en su parte trasera, invisible para casi todos” (Cit. Tellechea, 2004: 13).

Estos grupos empresariales editan periódicos, revistas y libros, cuentan con emisoras de radio y cadenas de televisión, productoras y distribuidoras cinematográficas, sellos de discos, etc. A esta realidad aludía Javier Ortiz siendo subdirector de Opinión de *El Mundo*: “Hay periódicos que ya no pueden tratar sin más un problema bancario porque su empresa tiene intereses en él. Y, por intermedio de la banca o también directamente, también pueden ser jueces y parte en asuntos de la industria nuclear, del transporte, del automóvil y de la industria petroquímica, y de la constructora, y de la farmacéutica. El riesgo evidente que afrontamos es que los periódicos, todos los periódicos, cada vez proporcionen menos información desinteresada y produzcan más publirreportajes camuflados” (1998: 53).

La globalización comunicativa, en su dinámica oligopólica, esta poniendo en grave riesgo la propia diversidad comunicativa. Ante la crisis ambiental, a pesar del incremento de la conciencia ambiental, los riesgos ambientales son mayores que nunca, van en aumento y los detractores del ecologismo político están mejor preparados para acceder a los medios de comunicación<sup>16</sup>. Los nuevos grupos empresariales mediáticos ejercen una función de control de los poderes públicos y de influencia en la opinión pública. Ante esta realidad, surge la necesidad de espacios mediáticos para la ciudadanía en general y para los excluidos de la sociedad. Para Alvarez Sousa, en la época de la sociedad de la información y del Conocimiento, los medios, en lugar de apuntalar la ampliación de las libertades y la construcción de la ciudadanía, son utilizados como instrumentos al servicio del mercado y de la sociedad neoliberal. (2008: 7). En palabras de Díaz Nosty, el cuarto poder asignado a la prensa en la escena democrática se ha desvirtuado, porque los medios ya no responden a corrientes ideológicas plurales, sino, básicamente, a grandes intereses mercantiles que son, a la vez, expresión de un modelo determinado de sociedad, donde los receptores ya no priman como sujetos de derechos, sino que se realza su condición de consumidores (Cit. Sánchez del Amo, 1999: 28).

Por tanto, los medios no son sólo validadores secundarios de las ideologías de otros actores, son también validadores primarios. Como recoge Anabela Carvalho, determinados valores y visiones del mundo se producen, reproducen y transforman en los discursos de los medios, mientras que otros son excluidos de los mismos: “Además de permitir o impedir a otros actores que divulguen sus posturas ideológicas, los medios también pueden realizar una importante labor de mediación al introducir nuevas interpretaciones ideológicas de temas o confrontar las dominantes” (2010: 1y 4). De esta manera la ideología está presente a la hora de interpretar los hechos, reconocer agentes científicos, o proponer unos objetivos. Igualmente es clave para interpretar la ciencia como una fuente de conocimiento con autoridad o rechazable (2010: 17 y 18).

Es preciso conocer quién nos habla a través de los mensajes informativos y el poder que respalda a los medios de comunicación que nos acompañan a diario, y en los que depositamos en muchas ocasiones nuestra confianza, ya que esta estructura de poder influye decisivamente para que los mensajes tengan un contenido u otro, una intención u otra (Reig, 1998: 11). Carvalho propone una lectura politizada de los reportajes de la ciencia en la prensa. “Dado que los medios de comunicación leen los artículos científicos con un enfoque político, así deberíamos leer también los periódicos. De esta forma, el público podría dedicarse a realizar una interpretación más activa de las representaciones del conocimiento en los medios y en lograr un entendimiento crítico de sus implicaciones” (2010: 20).

En nuestro análisis nos interesa diferenciar desde qué posicionamiento ideológico se han abordado los editoriales. Englobamos las cuatro principales cosmovisiones sociopolíticas europeas en tres posturas: discurso neoliberal, ambientalista y ecologista con el propósito de contemplar tres propuestas en torno a la crisis ambiental: mantenimiento del sistema socioeconómico hegemónico (neoliberalismo), reforma del sistema (medioambientalismo) y cambio del sistema (ecologismo).

Las categorías para el análisis cualitativo que hemos diferenciado son: definición del conflicto ambiental (si se efectúa desde el paradigma analítico-productivista o desde el

paradigma ecológico), alternativas (negación o cuestionamiento del conflicto, cosméticas o autorregulación por el mercado, propuestas reformistas, propuestas ecologistas), inferencias éticas (antropocentrismo fuerte, antropocentrismo moderado, biocentrismo moderado), inferencias científicas (disciplinas que no internalizan el factor ambiental, disciplinas que internalizan el factor ambiental, disciplinas ecológicas o sistémicas), inferencias económicas (liberalismo económico, economía ambiental, economía ecológica), inferencias sociopolíticas (política antropocentrista excluyente, política ambiental, ecología política).

A cada ítem hemos atribuido una numeración. Al sumar las cifras que inferimos al discurso, los resultados que obtuvimos fueron claros: *Libertad Digital*, con un 0,1, se ubica en el discurso neoliberal; *El Mundo*, con un 6,1, y *El País*, con un 6,0, se sitúan en el discurso ambientalista; y *El Ecologista*, con 12 se encuentra en la postura verde.

## 5.- Discusión y conclusión

El cambio climático comenzó a tener eco mediático en España tímidamente en 1992, en la Cumbre de la Tierra. Posteriormente adquirió protagonismo con la Conferencia de las Partes en Kyoto, en 1997. En 2001 fue por el Tercer informe del IPCC, el abandono estadounidense del Protocolo de Kyoto y las Cumbres de Bonn y Marrakech. En 2005 también recibió especial atención por varias causas: catástrofes naturales, abordaje del cambio climático en varias cumbres y la entrada en vigor del Protocolo de Kyoto. Pero fue 2007 el año de la irrupción mediática del cambio climático. Según la investigación que elaboramos sobre los editoriales de las publicaciones *Libertad Digital*, *El Mundo*, *El País* y *El Ecologista*, el año 2007 fue el año de mayor irrupción del cambio climático en la prensa española.

Consideramos que la mayor cobertura mediática del cambio climático vino originada por la primera presentación del Cuarto Informe del IPCC en París el 2 de febrero de 2007. Este hito informativo se vio reforzado por otras circunstancias en el mismo mes: la visita de Al Gore en España y el premio con dos Oscar en Hollywood para su documental *Una verdad incómoda*. Febrero de 2007 fue un mes donde el cambio climático pasó un umbral mediático. Posteriormente, el Nóbel de la Paz para Al Gore y el IPCC en el mes de octubre, y la presentación de más información del Cuarto Informe del IPCC en Valencia en noviembre, más la cumbre de transición de Bali, serían otros aldabonazos que abrirían los espacios de los medios de comunicación al reto del cambio climático en este mismo año.

Tan solo *El Ecologista* tuvo en el año 2001 un coeficiente de aparición mayor. De ello se puede concluir que la publicación ecologista tiene una agenda diferente a la que marca "la actualidad" de los diarios. La mayor irrupción de este tema en *El Ecologista* se produjo 6 años antes que en los diarios.

En 2007, el cambio climático adquirió protagonismo por distintos motivos en los diferentes medios. En *Libertad Digital* es Al Gore el que cuenta con más editoriales; en *El País* tienen peso las decisiones internacionales en torno al cambio climático y el Cuarto Informe del IPCC presentado en febrero en París, en mayo en Bangkok y en noviembre en Valencia; en *El Mundo* priman los editoriales dedicados a la política nacional en la que se aborda el cambio climático.

La mediatización de la política, esto es, la tendencia de la acción política hacia los medios, justifica la importancia que hay que otorgarle a la influencia ideológica de los medios de comunicación en la cobertura del cambio climático. Teniendo en cuenta que *El Mundo*, *El País*, *Libertad Digital*, y *El Ecologista* son, ideológicamente, cercanos a los cuatro principales partidos políticos europeos y referentes del conservadurismo, la socialdemocracia, el liberalismo y el ecologismo, podemos afirmar que la construcción de la representación ideológica del cambio climático a partir de estas publicaciones en España está bastante definida: *Libertad Digital* se ubica en el extremo de no reconocer o minimizar el cambio climático; *El País* y *El Mundo* se encuentran en una misma línea: reconocen el cambio climático y proponen una postura reformista a la hora de abordarlo; y *El Ecologista*, con un discurso con voz de alarma, propone un cambio de sistema. Percibimos que *Libertad Digital* sigue la línea del liberalismo, que *El País* sigue una línea editorial propia de la socialdemocracia y que *El Ecologista* sigue una directriz verde. *El Mundo*, considerado a la vez de ideología liberal y conservadora, se aleja de la postura liberal ante el cambio climático y se instala en la línea conservadora.

Hemos observado que el cambio climático se aborda de similar manera en los discursos de *El País* y *El Mundo*. Ambos diarios proponen alternativas ambientalistas análogas, con la diferencia que *El País* aborda el tema el doble de veces y con la particularidad de que *El*

*Mundo* obtiene algo más de puntuación que *El País* en cuando a intensidad reformista en su postura. Surge la pregunta: ¿ideológicamente son tan diferentes ante el cambio climático? Nuestra conclusión es que, hasta el momento, no.

Por tanto, la representación del cambio climático en los medios analizados (*El País* y *El Mundo* representan a la mayoría ideológica de España) está centrando en el reformismo del sistema sociopolítico y económico del sistema. Para *Libertad Digital*, el cambio climático es un causante de un despilfarro económico que no está justificado y que no se debe permitir el modelo económico imperante. Para *El Ecologista*, que propugna el cambio de sistema, el reformismo del ambientalismo mayoritario no logrará evitar el desequilibrio del sistema natural.

Particularmente, consideramos más interesante la diferenciación entre las posturas negacionistas, reformistas y cambio de sistema que la diferenciación ideológica, puesto que el negacionismo no se circunscribe al neoliberalismo, el reformismo no se agota en el conservadurismo y la socialdemocracia, y el cambio de sistema es más amplio que el ecologismo. A partir de los datos científicos del IPCC consideramos que la realidad biofísica está demandando un cambio de sistema, y que el debate informativo y la dialéctica a la hora de afrontar el cambio climático no se encuentra entre el negacionismo y el reformismo, sino entre éste y el cambio de sistema.

Desde este punto de vista, cabría generalizar que los medios de comunicación españoles están manteniendo una postura muy lenta y espesa para abordar la emergencia ambiental planetaria. La dinámica de la estructura mediática frena u omite las iniciativas de mitigación ante el cambio climático surgidas a partir de la información científica; todo lo más se complace en apuntar a una adaptación a medio-largo plazo a la que no tendrá acceso buena parte de la humanidad y de especies. La estructura mediática actual es incompatible con la mitigación del cambio climático.

A partir de los datos científicos, defendemos que es precisa la apuesta del periodismo por el compromiso de facilitar la emergencia de toda una nueva cultura basada en la sostenibilidad. Ello supone un cambio estructural que no favorecerán los oligopolios mediáticos, por lo que se abre un periodo de oportunidades en el mundo comunicativo, en el que Internet dispone de un potencial protagonismo. Igualmente, supone un cambio personal que no toda la ciudadanía estará dispuesta a aceptar, por lo que se abre una etapa de oportunidades en el crecimiento en valores cooperativos en la sociedad.

---

## Referencias

<sup>1</sup> Extraído y ampliado de Fernández, Rogelio: *El cambio climático en editoriales de prensa. Ecología Política y Periodismo Ambiental: propuesta de herramienta de análisis*. Tesis doctoral defendida en la Universidad Pablo de Olavide, Sevilla, octubre de 2009

<sup>2</sup> Doctor en Periodismo por la Universidad de Sevilla, Doctor por la Universidad Pablo de Olavide, Diploma de Estudios Avanzados por la Universidad Internacional de Andalucía, Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Miembro del Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación del Departamento de Periodismo II de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla

<sup>3</sup> Por cambio global entendemos “el conjunto de cambios ambientales afectados por la actividad humana, con especial referencia a cambios en los procesos que determinan el funcionamiento del sistema Tierra” en Duarte, Carlos M. (coord.): *Cambio global*. CICS, Madrid, 2006, p. 23

<sup>4</sup> <http://www.elpais.com>, 17 de noviembre de 2007

<sup>5</sup> *El País*, 7 de diciembre de 2009

<sup>6</sup> Sanpedro, Javier: “Cuidado con la Tierra, se tambalea” en <http://www.elpais.com>, 4 de octubre de 2009

<sup>7</sup> Por orden de escaños: EPP: Grupo del Partido Popular Europeo (Demócrata-Cristianos); S&D: Grupo de la Alianza Progresista de los Socialistas y Demócratas en el Parlamento Europeo; ALDE: Grupo de la Alianza de los Demócratas y Liberales por Europa; y GREENS/EFA: Grupo de los Verdes/Alianza Libre Europea, respectivamente

<sup>8</sup> Según Dobson, “El primero se refiere a aproximaciones administrativas, técnicas y poco sistemáticas a la hora de afrontar problemas medioambientales, mientras que el segundo hace referencia a los profundos cambios que los ecologistas políticos consideran necesarios en el ámbito de la organización social y de las actitudes respecto al mundo natural no humano, en Dobson, Andrew: *Pensamiento Político Verde. Una nueva ideología para el siglo XX*. Paidós, Madrid, 1997, p. 13.

<sup>9</sup> Vela, A. en *Alrededor del Mundo*, nº 62, 1900 cit. por Fernández, Joaquín: *Dos siglos de periodismo ambiental*. Caja de Ahorros del Mediterráneo, Madrid, 2001, pp. 413 y 414

<sup>10</sup> Dantín Cereceda, Juan en *El Sol*, 11 de marzo de 1925, cit. por Fernández, Joaquín: *Dos siglos de periodismo ambiental*. Caja de Ahorros del Mediterráneo, Madrid, 2001, pp. 537 y 538

---

<sup>11</sup> Mallol, Benito R.: *El País*, 8 de agosto de 1976.

<sup>12</sup> García Pérez, Alfonso: *El País*, 17 de octubre de 1976

<sup>13</sup> En los diarios *El País* y *El Mundo* estudiamos los editoriales según la fecha de impresión del diario. En el caso de *Libertad Digital*, en ocasiones, en los editoriales aparecían dos fechas que solían coincidir: una fecha de publicación y otra que acompañaba al editorial en la parte superior. Puede variar en un día. Optamos por la fecha de publicación y cuando no aparecía, anotamos la otra. En *El Ecologista* tomamos la estación del año como referencia

<sup>14</sup> Es preciso puntualizar que, aunque *Libertad Digital* comenzó a editarse el 8 de marzo de 2000, hemos podido acceder a sus editoriales en su hemeroteca a partir del 22 de noviembre de 2001; *El Mundo* comenzó a editarse el 23 de octubre de 1989; *El País* comenzó a editarse el 4 de mayo de 1976; y *El Ecologista* se inició en verano de 1999

<sup>15</sup> Editorial de *El Ecologista* n° 50, Diciembre de 2006

<sup>16</sup> Barcena, Iñaki: “Hermes versus Gaia? Interferencias medioambientales en la comunicación” en [www.ehu.es/zer/zer5/7barcena.html](http://www.ehu.es/zer/zer5/7barcena.html), consultado el 5 de abril de 2006

## Bibliografía

ALCIBAR Cuello, Miguel (2007), “Una aproximación a la construcción social del cambio climático en *An Inconvenient Truth*” en VV.AA: *Cultura Verde Volumen 1. Ecología, Cultura y Comunicación*. Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, Sevilla

ALVAREZ, Luís (2008), “Presentación” en Alvarez, Luis y Evans, Joam (eds.): *A prensa e o terceiro sector*. Grupo de investigación “Ciudadanía y Comunicación” (Cidacom) Santiago de Compostela

BARCENA, Iñaki, “Hermes versus Gaia? Interferencias medioambientales en la comunicación” en [www.ehu.es/zer/zer5/7barcena.html](http://www.ehu.es/zer/zer5/7barcena.html),

BARDIN, Laurence (1986), *El análisis de contenido*. Akal, Madrid

BOYKOFF, Maxwell T. (2010), “El caso del cambio climático. Los medios y la comunicación científica”, Ponencia en el curso virtual *Comunicación y Cambio Climático*, Universidad de Málaga

CARVALHO, A. y BURGESS, J. (2005), “Cultural circuits of Climate Change in U. K. Broadsheet Newspaper, 1985-2003” en *Risk Analysis* 25 (6)

CARVALHO, Anabela (2010), “Culturas ideológicas y discursos de los medios sobre conocimiento científico. Relectura de noticias sobre cambio climático”, Ponencia en el curso virtual *Comunicación y Cambio Climático*, Universidad de Málaga

CASASUS, Joseph María (1979), *Ideología y Medios de Comunicación*. Dopesa, Barcelona

CORBETT, Julia B, YOUNG, Lindsay y DAVIS, Byron L. (2010), “Teoría del conflicto e información sobre el cambio climático. Interacción entre los medios, ciencia, política, industria y audiencias”, Ponencia en el curso virtual *Comunicación y Cambio Climático*, Universidad de Málaga

DOBSON, Andrew (1997) *Pensamiento Político Verde. Una nueva ideología para el siglo XX*. Paidós, Madrid

DUARTE, Carlos M. (coord.) (2006), *Cambio global*. CICS, Madrid

ESTEVE y FERNANDEZ (1998), *Áreas de especialización periodística*. Fragua, Madrid

FERNANDEZ REYES, Rogelio, (2009), *El cambio climático en editoriales de prensa. Ecología Política y Periodismo Ambiental: propuesta de herramienta de análisis*. Tesis doctoral defendida en la Universidad Pablo de Olavide, Sevilla

FERNANDEZ REYES, Rogelio (2010), “La sostenibilidad: una nueva etapa en el Periodismo Ambiental y en el periodismo en general” en revista *DELOS*, Volumen 3 n° 8, en <http://www.eumed.net/rev/delos/08>

FERNANDEZ SANCHEZ, Joaquín, (2001), *Dos siglos de periodismo ambiental*. Caja de Ahorros del Mediterráneo, Madrid

*GEO 4. Perspectivas del Medio Ambiente Mundial*. PNUMA, 2007

- 
- HANKE, Thomas (2002), "Periodismo ambiental en Iberoamérica frente a Periodismo ambiental en Europa", Mesa redonda en *IV Congreso Nacional de Periodismo Ambiental*, 2001. APIA, Madrid
- MC COMAS, K. y SHANAHAN, J. (1999), "Telling Stories About Global Climate Change. Measuring the Impact of Narratives on Issue Cycles" en *Communication Research* 21 (1)
- MARTIN Vivaldi (1972), "Editorial" en *Gran Enciclopedia Rialp*, Tomo VIII, Madrid
- MARTINEZ Albartos, José Luís (1983), *Curso general de redacción periodística*. Mitre, Barcelona
- MARTINEZ, Carlos en Duarte, Carlos M. (coord.) (2006), *Cambio global*. CICS, Madrid
- MEIRA Cartea, Pablo Angel (2002), "Problemas ambientales globales y Educación Ambiental: una aproximación desde las representaciones sociales del cambio climático", en Campillo, M. (Ed.): *El papel de la Educación Ambiental en la Pedagogía Social*. DM, Murcia
- MEIRA Cartea, Pablo Angel (2008), *Comunicar el Cambio Climático. Escenario social y líneas de acción*. Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino
- MEIRA, Pablo A. (dir.) (2009), *La sociedad ante el cambio climático: conocimientos, valoraciones y comportamientos en la población española. 2009*, Fundación Mapfre
- MERINO, Luís y MOSQUERA, Pepa (2008), "La información sobre la energía de las fuentes renovables" en Cerrillo, Antonio (coord.): *El periodismo ambiental*. Fundación Gas Natural, Barcelona
- MERINO, Luís (2006), "Tratamiento informativo y presencia del sector energético en los medios: la perspectiva ambiental", Mesa redonda del *VI Congreso Nacional de Periodismo Ambiental*, 2005. APIA, Madrid
- ORIVE, Pedro (1980), *Diagnóstico sobre la información*. Técno, Madrid, 1980
- ORTIZ, Javier (1998), "El periodismo ambiental: bajo el signo de la catástrofe", Mesa redonda del *II Congreso Nacional de Periodismo Ambiental*, 1997. APIA, Madrid
- PARRATT Fernández, Sonia (2010), "El cambio climático en los medios de España. Una respuesta deficiente", Ponencia en el curso virtual *Comunicación y Cambio Climático*, Universidad de Málaga
- PETER, Hans y HEINRICH, Harald (2010), "Legitimación retórica de la política climática. El cambio climático en los medios alemanes", Ponencia en el curso virtual *Comunicación y Cambio Climático*, Universidad de Málaga
- REIG, Ramón y ALCAIDE, José Luís (2007), "El calentamiento de la prensa ante el cambio climático" en VV.AA.: *Cultura Verde Volumen 1. Ecología, Cultura y Comunicación*. Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, Sevilla
- REIG, Ramón (1998), *Medios de comunicación y poder en España. Prensa, radio, televisión y mundo editorial*. Paidós Papeles de Comunicación 21, Barcelona
- RIVERA, Alicia (2008), "El periodista ante el Protocolo de Kyoto" en Cerrillo, Antonio (coord.): *El periodismo ambiental*. Fundación Gas Natural, Barcelona
- SANCHEZ DEL AMO, Antonio (1999), *La comunicación social de los temas ambientales*. GEM, Almería
- SANPEDRO, Javier: "Cuidado con la Tierra, se tambalea" en <http://www.elpais.com>, 4 de octubre de 2009
- SANTAMARIA, Luisa y CASALS, M<sup>a</sup> Jesús (2000), *La opinión periodística. Argumento y géneros para la persuasión*. Ed. Fragua, Madrid
- TELLECHEA, José Manuel (2004): *El conflicto infoambiental. El caso de Huelva Información (1983-1992)*, Consejería de medio Ambiente, Huelva
- TRUMBO, C. (1995), "Longitudinal modeling of public issues with the agenda-setting process: The case of global warming", *Journalism and Mass Communication Monograph*, n<sup>o</sup> 152, 1
- VELAZQUEZ DE CASTRO, Federico (2005), *25 preguntas sobre el cambio climático*. Libertarias, Madrid

---

WEINGART, P., ENGELS, A., PANSEGRAU, P. (2000), "Risks of communication: discourses on climate change in science, politics and the mass media" en *Public Understanding of Science* 9

XAMBO, R. (1999), "Los medios de comunicación social" en García Ferrando, M (Coord.): *Pensar nuestra sociedad*, Tirant lo Blanch, Valencia