

La crisis climática toma los medios

Dentro y fuera de España han surgido **medios y secciones especializadas** en medioambiente. **Las informaciones se han multiplicado**, muchas veces planteadas con rigor, aunque también en algunos casos deslizándose hacia un activismo que poco tiene que ver con el periodismo. Asimismo, estas noticias han pasado a ocupar con mayor frecuencia los **espacios más destacados** de los distintos medios.

MANUEL PLANELLES

Como los bárbaros, las señales que alertan de esta gran crisis climática se agolpan a las puertas de nuestra civilización. Y en la última década, las aporream con más fuerza que nunca: 2019 fue el segundo año con la temperatura media global más cálida desde que hay registros fiables, que comienzan en 1880. Pero el pasado año no fue una excepción, sino la confirmación de la aceleración del cambio climático en nuestro planeta. La última década (2010-2019) es la que ha tenido también la temperatura media más alta desde que existen esas mediciones fiables.

No obstante, no solo se han multiplicado las señales de este calentamiento global que está inducido por la actividad del hombre, según la inmensa mayoría

de los científicos. También 2019 fue testigo de una atención cuantitativa y cualitativa sin precedentes en los medios de comunicación españoles e internacionales hacia el cambio climático. O crisis climática. O emergencia climática. Porque, a medida que esos indicadores de los impactos se han hecho más evidentes y las alertas científicas más contundentes, la forma de referirse al problema en muchas televisiones, radios y diarios se ha endurecido para mostrar la urgencia de actuar tras décadas de procrastinación global.

Lo que ahora ya se da por hecho y se confirma cada año con miles de investigaciones científicas lo intuyó el científico prusiano Alexander von Humboldt hace más de dos siglos: la acción del ser

Manuel Planelles es periodista especializado en cambio climático y medioambiente de *El País*

humano puede influir en el clima y modificarlo. Humboldt esbozó esta hipótesis, una más del sinfín de las que fue protagonista este explorador y naturalista, durante su periplo por Latinoamérica a comienzos del siglo XIX, cuando estudió las técnicas agrícolas empleadas por los colonos y su potencial efecto sobre el clima local. Su intuición acabó tomando consistencia científica en los años 60 y 70 del siglo XX cuando se logró afianzar el conocimiento sobre el efecto invernadero y su relación con los gases de efecto invernadero que se emiten a la atmósfera cuando se queman los combustibles fósiles.

La inmensa mayoría de los medios ha desterrado las posturas negacionistas

Aunque parezca un debate reciente o todavía vivo, el consenso sobre la existencia del calentamiento inducido por la acción del hombre se alcanzó hace mucho. Al menos, así lo dejaron claro los 195 países (prácticamente, todos los del mundo) que firmaron la Convención Marco de Naciones Unidas sobre Cambio Climático en 1992. “Las actividades humanas han ido aumentando sustancialmente las concentraciones de gases de efecto invernadero en la atmósfera, y (...) ese aumento intensifica el efecto invernadero natural, lo cual da como resultado, en promedio, un calentamiento

adicional de la superficie y la atmósfera de la Tierra y puede afectar adversamente a los ecosistemas naturales y a la humanidad”, establece el segundo párrafo de aquel texto de hace 28 años.

Sin embargo, han hecho falta varios lustros para desterrar de la inmensa mayoría de los medios de comunicación de masas las posturas negacionistas, algunas de ellas impulsadas por grupos de presión con intereses económicos en los combustibles fósiles. Ahora hay que rebuscar mucho para encontrar algún exótico artículo de opinión que ponga en duda, no el calentamiento, sino la influencia de la actividad humana en este proceso. “En los medios de comunicación, este tipo de información ha evolucionado mucho; al principio, había sitio para el negacionismo”, explica Rogelio Fernández Reyes, doctor en Periodismo por la Universidad de Sevilla e investigador de comunicación medioambiental. “El negacionismo ha evolucionado: primero se defendía la inexistencia del cambio climático, luego se negaba la influencia del ser humano y por último se relativizaban las consecuencias”, añade este especialista que lleva más de una década estudiando el tratamiento de la información sobre el calentamiento global en los medios españoles. “Ya prácticamente no se duda de su existencia, otra cosa son las soluciones al problema que se defienden”, añade Cristina Monge, politóloga y una de las fundadoras del Observatorio de Comunicación sobre

Cambio Climático.

El negacionismo –al igual que otras peregrinas corrientes como el terraplanismo y los movimientos antivacunas– ha sido desplazado de los medios de comunicación convencionales por las evidencias científicas. Pero estas ideas han encontrado un ecosistema ideal en las redes sociales, cuyos algoritmos y automatizaciones en las búsquedas están promocionando estos contenidos científicos, los cuales, como se ha visto con la crisis del coronavirus y ha denunciado la organización Avaaz, pueden suponer incluso riesgos para la salud. Plataformas como Facebook, Twitter y YouTube han puesto en marcha mecanismos para tratar de frenar la difusión de estos contenidos falsos, si bien esos esfuerzos siguen siendo insuficientes ante la magnitud de la infodemia.

Pero la de las redes sociales y la desinformación es otra historia diferente. Para comprender la del cambio climático y los medios de comunicación, hay que volver a retroceder a 1992, cuando se firmó la convención de la ONU. Ese texto fue el marco general, luego vinieron el Protocolo de Kioto (1992) y el Acuerdo de París (2015). El objetivo (de momento, incumplido) de estos tratados es poner coto a las emisiones de gases de efecto invernadero que sobrecalientan la Tierra. La acción política que supusieron aquellos tres acuerdos internacionales ha ido acompañada de una serie de informes del conocido como Panel Intergu-

bernamental sobre el Cambio Climático (IPCC, por sus siglas en inglés), el grupo internacional de científicos que asesoran a la ONU sobre las causas y consecuencias del calentamiento global.

Tras décadas de aumentos casi constantes de las emisiones, la concentración en la atmósfera del dióxido de carbono, el principal de los gases de efecto invernadero, está en unos niveles nunca vistos desde que el ser humano habita la Tierra. Según explica la ciencia, este gas permanece en la atmósfera durante siglos. Por eso, cuando hace cuatro años y medio se firmó el Acuerdo de París, se admitió que ahora es imposible revertir el calentamiento. El objetivo es frenarlo para que se quede dentro de unos límites lo menos catastróficos posibles. Los científicos le han puesto números a esa frontera de seguridad: la subida de la temperatura media global debe quedarse por debajo de los dos grados centígrados respecto a los niveles preindustriales. Y en la medida de lo posible, no superar los 1,5 grados.

Además de fijar esas metas, los firmantes del Acuerdo de París encargaron en 2015 al IPCC que hiciera un informe especial y monográfico sobre el objetivo de los 1,5 grados para saber cómo se puede cumplir (el aumento de la temperatura media ronda ya un grado) y qué consecuencias tendrá no lograrlo.

Ese informe del IPCC se presentó en octubre de 2018 y para muchos ha sido clave en la concienciación climática.

“Creo que ese es el punto de inflexión para los medios de comunicación, hubo un antes y un después”, detalla Fernández Reyes. Ese estudio, que se basa en más de 6.000 artículos y referencias científicas, alertaba de que se necesitaban cambios “rápidos, profundos y sin precedentes” para cumplir la meta de los 1,5 grados. Advertía también de los impactos negativos de no cumplir y avisaba de que el planeta se quedaba sin tiempo. Antes de 2030 se tendrá que haber dado el volantazo que se requiere para encauzar la situación a través de recortes drásticos de emisiones anuales.

Un par de meses después de presentarse aquel informe, en la minera ciudad polaca de Katowice, una joven de 15 años intervino ante los representantes de los 195 países que participaban en la cumbre anual de cambio climático de la ONU. Greta Thunberg, que ya había comenzado entonces su huelga escolar climática, recordó a los países que la humanidad se estaba quedando sin tiempo, como había advertido la ciencia en su informe de octubre.

Thunberg no era tan popular en diciembre de 2018 como lo es ahora y te podías acercar a ella tranquilamente en la cumbre de Katowice. A esa cita solo asistimos cinco periodistas de medios de comunicación españoles, nada que ver con lo que pasó un año después, en diciembre de 2019, cuando la cumbre se celebró en Madrid y cientos de informadores cubrieron la reunión.

Manuel Vilaseró, de *El Periódico de Cataluña*, estuvo también en Katowice. Este reportero, que cubrió su primera cumbre climática en 2005 en Montreal (Canadá), coincide en que los informes científicos “son cada vez más alarmantes” y esto ha hecho que “la gente sea consciente de la necesidad de actuar con urgencia”. Al mismo tiempo, los responsables de los medios se han vuelto “más receptivos” ante estos temas que terminan en los bloques más nobles de los telediarios, en las primeras de los periódicos y en los editoriales. “Hay más sensibilidad social”, coincide Luisa Pérez, periodista de RNE que también cubrió en 2018 la cumbre en Polonia.

Los responsables de los medios se han vuelto “más receptivos” ante estos temas

Esa sensibilidad la fueron recogiendo con precisión las encuestas de opinión durante 2019 a lo largo del mundo. Los sondeos mostraban cómo la mayoría de la población defendía que los Gobiernos actuaran contra el cambio climático generado por el ser humano y la necesidad de medidas urgentes. Los ciudadanos españoles se situaban en esas encuestas entre los más concienciados con este problema, algo que no es extraño si se tiene en cuenta que el país está ubicado

en una de las zonas más sensibles a los efectos negativos del calentamiento. A la toma de conciencia de la población contribuyen de forma determinante también el aumento en intensidad y frecuencia de los fenómenos meteorológicos extremos, como inundaciones y olas de calor, que los científicos vinculan al calentamiento global. Un informe de la Agencia Estatal de Meteorología (Aemet) de marzo del pasado año tradujo en cifras las sensaciones que todos tenemos: los veranos duran ahora cinco semanas más que los de principios de los 80.

Las huelgas climáticas de los seguidores de Thunberg se extendieron por el mundo en 2019 y los jóvenes tomaron las calles ante la falta de medidas frente a lo que se empezó a denominar emergencia climática o crisis climática. El periódico británico *The Guardian*, referente en la información medioambiental, modificó sus normas de estilo y recomendó el uso de esos dos términos, que respondían a esa urgencia por actuar que había puesto sobre la mesa el informe del IPCC. Poco a poco, esa terminología se ha ido extendiendo por medios nacionales e internacionales, aunque sin renunciar a las expresiones cambio climático o calentamiento. Dentro y fuera de España han surgido medios y secciones especializadas. Las informaciones se han multiplicado, muchas veces planteadas con rigor, aunque también en algunos casos deslizándose hacia un activismo que poco tiene que ver con el periodismo.

En España, alrededor de 70 medios se adhirieron en marzo de 2019 a una declaración impulsada por la organización no gubernamental Ecodes sobre cambio climático, que insta a “promover la frecuencia y la continuidad” de información de calidad sobre el calentamiento. El manifiesto, además, propone “incidir no solo en los impactos del cambio climático, sino también en las causas y las soluciones”, y compromete a sus firmantes a divulgar las investigaciones científicas sobre este fenómeno.

Monge, que participó también en la elaboración de ese decálogo, considera que los medios de comunicación han empezado a “percibir más los daños del cambio climático”, lo que hace que estén “más sensibilizados” y haya más presencia de estos temas. Esa toma de conciencia se disparó durante la Cumbre del Clima de la ONU que acogió Madrid tras la renuncia de Santiago de Chile. Todos los focos de los medios nacionales apuntaron hacia esa cumbre en la que volvió a participar Thunberg y en la que volvieron a sonar las alarmas científicas, lo que no impidió que el resultado de esta reunión fuera realmente pobre desde el punto de vista de la negociación climática.

Pero desde el punto de vista de la atención mediática y de la presencia de la crisis climática en las televisiones, radios y prensa escrita, supuso el broche a un año récord. En todo el mundo, la cobertura sobre el calentamiento global en 2019 creció un 73% respecto al año

anterior, según el análisis realizado por el Media and Climate Change Observatory, de la Universidad de Colorado, que hace un seguimiento de 113 medios en 55 países. En España, el crecimiento fue aún mayor. La cobertura se incrementó en más de un 88% en los cuatro diarios que se analizan: *El Mundo*, *El País*, *Expansión* y *La Vanguardia*.

La cobertura sobre el calentamiento global en 2019 creció un 73% respecto a 2018

Sin embargo, no solo se trata de un crecimiento cuantitativo. Como explica Fernández Reyes, quien se encarga del seguimiento de los medios españoles para ese observatorio de la Universidad de Colorado, también se registró un incremento del peso de las informaciones sobre cambio climático, que pasaron a ocupar con mayor frecuencia las zonas más destacadas de los diarios (portadas y editoriales) y los primeros minutos de los informativos de radio y televisión.

Pese a todo, “sigue habiendo una desproporción entre el grado de emergencia del problema y su presencia en los medios”, opina José María Montero, periodista de Canal Sur Televisión especializado en medioambiente y ciencia. “La población tiene más interés del que se refleja luego en los medios”, añade.

Montero, con cerca de 40 años de experiencia, es el ejemplo de un periodismo medioambiental altamente especializado y ha dirigido espacios específicos dentro de los medios de comunicación sobre ecología. Dentro y fuera de esos espacios, la joya de la corona ahora es todo lo relativo al calentamiento global. De hecho, Montero, como otros compañeros, lamenta que “la información sobre cambio climático ha terminado fagocitando otras informaciones medioambientales, como las que afectan a la biodiversidad”. “Y eso se traduce en que haya, por ejemplo, menos ayudas a los trabajos de investigación en esos otros campos”, expone.

En el último año y medio se ha producido otro cambio importante: la información sobre cambio climático se ha convertido en transversal en los medios. “Va más allá de las secciones de sociedad y llega, por ejemplo, a las secciones del tiempo, que relacionan esa información con el cambio climático, o gana protagonismo en las tertulias, algo impensable antes”, expone Monge.

Lógicamente, toda esta tendencia sobre el volumen de la información referida al cambio climático en los medios se ha visto interrumpida por la pandemia del nuevo coronavirus. Aunque se siguen publicando informaciones –muchas de ellas estableciendo vínculos entre el calentamiento global, la pérdida de biodiversidad y la COVID-19–, la cantidad de artículos y piezas ha disminuido

drásticamente, explica Fernández Reyes. Prácticamente todos los entrevistados para este artículo muestran su temor a que los medios puedan relegar de nuevo las informaciones sobre cambio climático y medioambiente debido a la crisis del coronavirus.

Fernández Reyes recuerda que en 2006 y 2007, impulsado en parte por el exvicepresidente estadounidense Al Gore, hubo un movimiento climático internacional muy potente y estas informaciones ganaron mucho peso en los medios. Sin embargo, “la crisis financiera de 2008 hizo que bajara de nuevo la cantidad de información”, alerta este profesor.

Existen muchas voces que están ligando la salida de la crisis económica del coronavirus y las políticas de lucha contra el cambio climático, lo que no supone que se haya diluido ese riesgo de que se repita la situación provocada en 2008 y la información climática se vuelva a diluir en los medios. Julio Díaz, jefe del Departamento de Epidemiología de la Escuela Nacional de Sanidad del Instituto de Salud Carlos III, advierte: “Al final, se acabará encontrando una vacuna y esta crisis pasará, pero el cambio climático seguirá ahí”.

Díaz es una de las fuentes a la que

los periodistas acudimos para hablar de temas relacionados con contaminación, calentamiento global y salud. El acceso a las fuentes y su notable incremento es otro de los rasgos que definen ahora la información sobre cambio climático. “Ha crecido el número de fuentes y se han ido enriqueciendo”, explica Montero. “Antes eran muy reducidas y los científicos no tenían costumbre de estar en los medios”, agrega este veterano periodista sobre una “nueva generación de científicos” con una mayor facilidad para divulgar.

Pero ¿cómo ven esas fuentes a los periodistas y a los medios en general? “En los grandes medios de comunicación, la información es correcta, no está sesgada y está desligada de la línea editorial”, argumenta José Manuel Moreno, un científico español miembro del IPCC. Sin embargo, este catedrático de Ecología observa notables diferencias cuando se trata de medios más pequeños en los que los profesionales no están acostumbrados a tratar con estas informaciones. “Muchas veces haces con ellos de educador”, apunta. “La especialización se nota mucho y los grandes medios españoles se pueden comparar ahora mismo con cualquier medio anglosajón”, concluye Moreno. ■