

EL ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO DEL CAMBIO CLIMÁTICO

MAITE MERCADO

1. INTRODUCCIÓN

Todos los tratados internacionales destacan la importancia de la comunicación, el acceso a la información, la educación, la formación y sensibilización ciudadana para conseguir una sociedad sostenible. En la conocida como Cumbre de la Tierra, celebrada en Río de Janeiro en 1992, se hizo un llamamiento explícito a los medios para que se involucraran en tareas informativas para la preservación del medio ambiente y en el cambio de actitudes. Esta referencia a los medios parte del reconocimiento de la influencia que la interpretación periodística ejerce en la percepción de los ciudadanos sobre la realidad, especialmente cuando se trata de un campo en el que ciudadano no tiene un contacto directo (Nelkin, 1998).

Los medios de comunicación siguen siendo la principal ventana de acceso a la problemática ambiental para la mayoría de la población. Hasta tal punto que “la representación (del cambio climático) se está construyendo más “en” y “desde” los medios que en la calle” (Meira, 2008). En el Barómetro del Centro de Investigaciones Sociológicas de septiembre de 2012 (Estudio nº 2.954), un 84,9 por ciento de los encuestados afirmaban que sus principales fuentes de información respecto a los problemas del medio ambiente eran los medios de comunicación. Una cifra muy alejada del 10,6 por ciento que respondía las organizaciones ecologistas o el 9,8 que se accedía a publicaciones científicas.

Desde ámbitos alejados del periodismo también se señala la importancia de los medios en esta labor comunicativa. Para María Novo (2003), titular de la Cátedra UNESCO de Educación Medioambiental y Desarrollo Sostenible de la UNED, “la conciencia de las enormes potencialidades no sólo informativas, sino formativas,

de los mensajes audiovisuales o escritos; la difusión masiva de noticias ambientales de gran impacto debe llevar a los profesionales de los medios a extremar su sensibilidad y cuidado a la hora de desarrollar su trabajo, del tal modo que, sin caer en el catastrofismo o en la anécdota fácil, sepan transmitir al gran público la gravedad de los problemas ambientales y presentar al mismo tiempo opciones y alternativas que ayuden a salir de la crisis”.

Este sería el ‘discurso sostenible’ al que se refiere el profesor Díaz Nosty (2009) cuando se pregunta “cómo intervenir desde los medios en la transmisión de las alertas sobre la salud del planeta que son verificadas por constataciones empíricas, cómo despertar una conciencia de la sostenibilidad. Sin duda, mediante un discurso, también sostenible, que alcance al conjunto de los argumentos de la actualidad y cree opinión pública, con la consiguiente reducción de la incertidumbre”.

En definitiva, los medios de comunicación juegan un papel esencial en la construcción de la realidad social y por tanto es necesario conocer qué se cuenta en los media para entender las actitudes sociales respecto a asuntos de gran calado como el cambio climático partiendo de la base de que un correcto tratamiento informativo fomentará un mejor conocimiento de los temas ecológicos, una mayor concienciación ambiental social, e incidirá en la transformación de valores, actitudes y comportamientos sostenibles.

2. PERIODISMO AMBIENTAL

El reto de sensibilizar a los ciudadanos en relación al medio ambiente pasa por una cobertura sistemática de estos temas y la especialización periodística. La complejidad de los problemas ambientales, tanto en la clarificación de causas y explicación de sus consecuencias, exige del informador una actitud responsable: un periodismo en profundidad que ha de fundamentarse en una documentación exhaustiva, narración con antecedentes, consecuencias y actores implicados, análisis del hecho ambiental e inserción del acontecimiento en el contexto adecuado. Para Bacchetta (2002), “el periodismo ambiental es uno de los géneros más amplios y complejos del periodismo”, con cinco aspectos a tener en cuenta: es un periodismo de investigación; es una forma del periodismo científico; es un periodismo educativo, pedagógico; es consciente de cumplir una responsabilidad social específica, y debe ejercerse con profesionalismo, objetividad y responsabilidad pero sin confundirlo con la militancia ecologista.

Rogelio Fernández (2010) considera que el periodismo ambiental se encuentra entre los actores más visibles para la “construcción” de la representación social del

cambio climático y del cambio global en general. Fernández defiende que ya ha adquirido “suficiente madurez” para considerarse periodismo especializado puesto que cuenta con “experiencia en la aplicación de una metodología periodística de investigación, asociaciones de profesionales, una función social importante y una demanda específica de la sociedad”.

El periodista Joaquín Fernández (1995) elaboró una lista de los contenidos que ha de “afrontar el informador ambiental como aproximación orientativa”: residuos, agua (ríos, pantanos, embalses, trasvases, regadíos, plantas desalinizadoras, confederaciones hidrográficas), bosques (incendios, limpieza, repoblaciones), protección de la naturaleza (espacios protegidos, parques naturales y nacionales, especies de fauna y flora en peligro de extinción, comercio y tráfico de animales, biodiversidad), mares (contaminación marina, disminución de recursos pesqueros, vertidos, mareas negras), costas (especulación urbanística, regeneración y protección de playas, banderas azules), suelo (especulación urbanística, erosión y desertificación), energía, transporte, atmósfera (contaminación atmosférica en general, capa de ozono, efecto invernadero, cambio climático), problemas urbanos (contaminación, tráfico, ruido, zonas verdes, degradación del patrimonio arquitectónico), agricultura, etcétera.

El cambio climático pasa casi inadvertido en esta extensa enumeración de temas; hoy en día se ha convertido en el tema central en torno al medio ambiente.

3. EL CAMBIO CLIMÁTICO EN LOS MEDIOS

La evolución del número de referencias informativas en torno al concepto ‘cambio climático’ puede apreciarse si tomamos como ejemplo las aparecidas en el diario *El País* desde su aparición en 1976 (Mercado, 2012b). En sus primeros diez años de vida, sólo en 15 ocasiones se hace alusión al cambio climático. En 1988, año en el que la Organización Meteorológica Mundial y el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) crea el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático o Panel Intergubernamental del Cambio Climático, conocido por el acrónimo en inglés IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change), cuatro son las noticias que se refieren al término.

La Cumbre de la Tierra (Río, 1992), señalada como el primer hito en la preocupación internacional por el medio ambiente, consigue que el número de referencias se incrementa a 62. El diario ya había tratado con cierto interés la II Conferencia Mundial sobre el Clima celebrada en Ginebra en 1990 y la entrada en vigor de la convención marco de Naciones Unidas sobre Cambio Climático en 1993. Pero

hasta 1995 no se aprecia un número importante de alusiones al tema (96). En diciembre, se publica el II Informe de Evaluación del IPCC en Roma, que confirma el impacto humano en el calentamiento global y habla de la necesidad de reducir emisiones. Este informe serviría de base para la realización, dos años más tarde, del Protocolo de Kioto. Los previos y las negociaciones de la III Conferencia sobre Cambio Climático de Kioto suponen alcanzar al centenar de referencias en el diario.

El tema vuelve a decaer hasta la VI Conferencia sobre Cambio Climático (La Haya, 2000), un fracaso en cuanto a los instrumentos de aplicación del Protocolo de Kioto y la negativa de Estados Unidos a ratificar el acuerdo (113 referencias). En 2001, el tema alcanza las 168 referencias. El diario escribe un editorial titulado 'SOS climático' en el que pide decisiones políticas. Se celebra en Bonn otra conferencia mundial y el IPCC advierte de que la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, principalmente el dióxido de carbono (CO₂), aunque comenzase inmediatamente, no impediría el cambio climático ni evitaría completamente sus efectos devastadores. En noviembre, la periodista Alicia Rivera acude a Marraquech (VII COP) como enviada especial de *El País*.

La reducción de emisiones va adquiriendo protagonismo hasta llegar al punto máximo de interés informativo hasta la fecha: 2007. Ni siquiera en 2009 con la expectativas generadas por la Cumbre de Copenhague se ha informado más sobre el cambio climático: 819 referencias informativas frente a 545. El motivo: el estreno de 'Una verdad incómoda' de Al Gore, que ganó el Oscar en 2006 a Mejor Documental y convirtió al cambio climático en casi estrella mediática. En 2007 se le concedieron el Premio Príncipe de Asturias de Cooperación Internacional y el Premio Nobel de la Paz junto al IPCC de Naciones Unidas. Así, la Cumbre de Bali gozó de un extenso tratamiento informativo, con Rafael Méndez como enviado especial de *El País*.

La crisis económica ha hecho descender el valor noticiable del cambio climático en un momento en que la comunicación sobre el cambio climático está cambiando. No se trata ya de convencer a la sociedad de que el cambio climático es una realidad sino de persuadirles de que deben tomar medidas en su vida cotidiana para luchar contra él. Como señala Díaz Nosty (2009), "de acuerdo con la consideración de los científicos, el problema ya no radica tanto en la constatación de un cambio climático irreversible, sino en la aplicación de políticas globales paliativas del deterioro medioambiental".

En el ámbito anglosajón uno de los principales enfoques en la investigación de la comunicación del cambio climático se ha centrado en examinar cómo los negacionistas y los escépticos consiguieron un lugar de privilegio en los medios para

contrarrestar la opinión mayoritaria de los científicos que afirman la existencia del cambio climático antropogénico. Estas personas interesadas en desprestigiar a la ciencia del clima por sus relaciones con el poder económico y político incrementaron la incertidumbre sobre el cambio climático en la sociedad. Las rutinas periodísticas posibilitaron el acceso a los medios de los escépticos. En concreto, el principio periodístico del equilibrio entre las fuentes (journalistic norm of 'balance' o professional journalistic practice of balanced reporting), es decir, mostrar las diferentes puntos de vista en aras de la neutralidad periodística al informar sobre asuntos controvertidos, servía para amplificar una minoritaria visión que negaba o debatía la responsabilidad humana en el cambio climático tanto en la prensa de prestigio como en los informativos televisivos en Estados Unidos (Boykoff, 2004).

Boykoff insiste en que es necesario reorientar la representación de los científicos del clima en los medios par dar una oportunidad a la lucha contra el cambio climático acabando con el escepticismo en la opinión pública. Cuando en el proceso de construcción de significados de los medios se fomenta la confusión en lugar de aclarar conceptos científicos, se otorga un espacio a los líderes norteamericanos para eludir responsabilidades y permanecer en una política de no actuación en la acción contra el cambio climático.

Frente a la incertidumbre científica generada por los medios estadounidenses y británicos, en otros países europeos el conflicto abandona el terreno científico para anclarse en el de las relaciones internacionales. Los dos antagonistas son ahora la Unión Europea, adalid en la lucha contra el cambio climático, y Estados Unidos, que sigue obstaculizando la negociación internacional (Olausson, 2009).

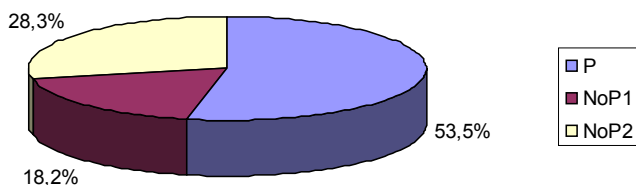
Otro de los aspectos clave ha sido el análisis del catastrofismo presente en los mensajes de los medios. Weingart (2000) afirmaba que esta imagen había prevalecido en la prensa alemana desde mediados de los ochenta. Carvalho (2008) concluye en su análisis del discurso sobre el cambio climático en la prensa y televisión de Portugal que el alarmismo no define la cobertura del cambio climático en la prensa. No ocurre lo mismo en la televisión debido sobre todo a su tendencia a mostrar imágenes de catástrofes naturales cuando informa sobre cambio climático. El cambio climático se ve principalmente como un asunto de política internacional consensuado a nivel científico.

Boykoff y Roberts (2007) en su análisis para Naciones Unidas de la cobertura del cambio climático en cuarenta periódicos en inglés en 13 países en los cinco continentes, destacan la clara necesidad de que estos trabajos de análisis se extiendan, sobre todo, a los países en vías de desarrollo, como por ejemplo, Argentina.

4. EL CAMBIO CLIMÁTICO EN LA PRENSA ARGENTINA

El análisis de la representación del cambio climático en los dos diarios de referencia en Argentina de octubre de 2009 a septiembre de 2010 (Mercado, 2012a) muestra en primer lugar cómo el cambio climático es sólo una referencia aislada en muchos textos. Comprobamos que se ha convertido en uno de los integrantes de un párrafo de contexto de los discursos de los líderes políticos que es trasladado por los medios (cerca del 30 por ciento de 485 piezas). En estas líneas, el cambio climático es uno de los retos, problemas, desafíos, y similares a los que se enfrenta el mundo. Por ejemplo, al asumir España la presidencia rotatoria de la UE se dice: “Entre sus prioridades -sin olvidar asuntos como la crisis económica, el cambio climático, la seguridad energética y la gestión de los flujos migratorios” (*Clarín*, 1 enero 2010). O, en la reunión mantenida entre el presidente de Estados Unidos, Barak Obama, y el de China, Hu Jintao, “tratarán temas como la balanza comercial entre ambos países, el cambio climático, la proliferación nuclear y los derechos humanos, entre otros”. Estas era la única alusión al cambio climático en el texto.

CC tópico Principal o No



Aparecen otras piezas en las que la relación del cambio climático con el tema central del texto es mayor pero tampoco supone el tópico informativo principal, no merece más de un párrafo o una pregunta/respuesta en una entrevista (un 20 por ciento del total). Por último, encontramos aquellas informaciones en las que el cambio climático es el objeto informativo en sí mismo, el asunto del que se informa, el tema principal.

Pudiera suponerse que son las páginas de Sociedad dedicadas al Medio Ambiente aquellas en las que debieran publicarse más textos al respecto. Sin embargo, en casi el cincuenta por ciento de las ocasiones, las referencias aparecen en la sección de internacional.

Siguiendo a diversos autores (Entman, 1993, Scheufle, 1999; Semetko y Valkenburg, 2000; Tankard, 2001; Vicente y López, 2009) se establecieron cuatro encuadres que aparecen asociados a las noticias centradas en el cambio climático: conflicto político, oportunidad de negocio, riesgo o catastrofismo y sostenibilidad ambiental.

El encuadre 'conflicto' se desprende de aquellas piezas informativas en las que se presenta una dicotomía o un enfrentamiento entre los protagonistas del acontecimiento periodístico. Aparecen sustantivos como 'polémica', 'debate', o incluso el propio 'conflicto', verbos como "exigir", "reclamar" o "defender", y términos propios del lenguaje bélico como 'guerra' o 'batalla'. Titulares como 'Los países emergentes contraatacan y exigen más esfuerzos a los ricos' (*Clarín*, 11-12-09) o 'Batalla entre escépticos y alarmistas en Internet' (*La Nación*, 10-12-09) ejemplifican el encuadre 'conflicto' que envuelve las piezas relativas a la negociación internacional.

El 'riesgo' se deduce de la presentación de la información con tintes catastrofistas. El foco se coloca en las peores previsiones acerca de los efectos del cambio climático sin presentar propuestas de acción contra él. El 'riesgo' se asocia a informes científicos sobre los efectos del cambio climático ("Un impacto que ya se traduce en inundaciones y sequías (...) A medida que avance el siglo XXI, el panorama mundial podría ser cada vez más sombrío", *La Nación* 6-12-09) y sobre todo a la categoría temática 'Fenómenos meteorológicos. El reportaje 'El planeta en peligro: últimas chances para frenar el cambio climático' (*Clarín*, 10-10-09) muestra en el enfoque alarmista, dramático, incorporando el valor noticia proximidad. La apertura del texto describe el impacto del cambio climático en Argentina sin concretar en qué circunstancias se produciría realmente: "La mitad de la ciudad de Buenos Aires bajo el agua. La mayoría de las poblaciones de la Pampa húmeda desaparecidas bajo enormes lagos salinos. Todo el noroeste sumido en una sequía permanente. El Chocón sin agua por años. La generación de electricidad por energía hidroeléctrica reducida a menos de la mitad. Enormes migraciones hacia la zona cordillerana de la Patagonia en busca de agua. Eso para la Argentina. El resto del mundo estaría aún en peores condiciones. La mitad de la población mundial no tendría nada que beber. La otra mitad poco que comer. Y no se trata de un film apocalíptico".

El enfoque que hemos denominado 'sostenibilidad' aparece en aquellas informaciones que ponen de relieve la crisis ambiental del planeta y la necesidad de reconducir la situación. Trasladan novedades en la lucha contra el cambio climático

en distintos sectores y surgen como fuentes voces de expertos con un afán divulgativo. Un claro ejemplo es el reportaje de Sibila Camps 'Dura batalla para capturar las sustancias que dañan el planeta' (*Clarín*, 29-11-09): "Con el desequilibrio ambiental ya instalado, la ciencia redobla esfuerzos para mitigar los efectos. Uno de los caminos es atrapar y almacenar los gases que están provocando el aumento de las temperaturas".

El amplio reportaje publicado un domingo, al margen de acontecimientos de agenda política o publicaciones de informes, con variadas fuentes expertas desde el ámbito internacional al nacional, parte de la idea expuesta en la entrada de que el crecimiento exponencial del uso de los combustibles fósiles provocó "un desequilibrio ambiental a escala planetaria: el calentamiento global, provocado por el aumento de los gases de efecto invernadero (GEI) que emiten, en un 80%, estos combustibles. Ahora les toca a la ciencia y a la tecnología colaborar en la mitigación del desbarajuste".

En *La Nación* (17-12-09), encontramos por ejemplo el reportaje de Laura Corradini, corresponsal en Francia, titulado "Ante un cambio del modo de vida" que cuenta, entre otras cosas, cómo la humanidad deberá adoptar energías limpias. La periodista escribe que sea cual fuera el resultado de la cumbre climática de Copenhague, "el ser humano tendrá que modificar sus costumbres e inventar nuevas formas de consumo si quiere seguir viviendo, respirando y alimentándose en el planeta".

La 'oportunidad' muestra al cambio climático como una situación mundial que puede ser aprovechada para incrementar el desarrollo económico, para hacer negocio. Predomina en los suplementos Rural y Campo, páginas que definen la imagen de Argentina en el mundo puesto y reflejan los intereses y las preocupaciones de su principal sector productivo. En Rural, las informaciones centradas en el cambio climático se refieren sobre todo a las temáticas Desarrollo Económico y Tecnología Agrícola (27, 3 por ciento cada una). Pero lo más importante es que en el 63,6 de los casos, el enfoque es el de 'oportunidad': "Ante los desafíos del futuro" "Argentina debe jugar un rol estratégico" o "El carbono es un buen negocio".

La mayor cantidad de piezas sobre la negociación internacional en la lucha contra el cambio climático convierten al encuadre 'conflicto' en el más usado por el medio, en un 47,3 por ciento de las piezas. El 'riesgo' aparece en el 25, 4 de las informaciones. El enfoque 'sostenibilidad' puede apreciarse en el 22,2. La 'oportunidad' se aprecia en 4 unidades de análisis (6,4).

Las crónicas de la Cumbre de Copenhague de Gustavo Sierra en *Clarín* muestran una perspectiva diferente a la europea, como explicaba Olausson (2009). Por ejem-

plo, cuando circula en la Cumbre un borrador danés, para el corresponsal del diario español *El País*, este borrador que establecía que las emisiones deben tocar techo en 2020 “*levantó las iras* de los países en desarrollo. El portavoz de estas naciones pobres, el sudanés Lumumba Stanislaus Kaw Di Aping, *siempre dramático*, afirmó que supondría la muerte para África. El negociador jefe de la Comisión Europea, Artur Runge-Metzer, ironizó sobre sus declaraciones: “Él vive en Nueva York”.

Para Gustavo Sierra, esas propuestas eran “inaceptables”. “La cifra del fondo de reconversión industrial para los países pobres es irrisoria (...). La decepción es tan grande entre los delegados de los países menos desarrollados que en los pasillos de esta cumbre de cambio climático ya se habla del “Carbono-colonialismo del siglo XXI”. Acusan directamente a las potencias de estar intentando un acuerdo que mantenga las enormes desigualdades que existen hoy en el mundo”. Di Aping ya no es dramático ni presidente de los pobres: “El presidente del Grupo de los 77, al que pertenece Argentina, el sudanés Lumumba Stanislaus Di-Aping, dijo que lo que quieren los que escribieron el documento es “asegurarles el 60% de la atmósfera global al 20% más rico”. Y el negociador brasileño Sergio Serra dijo que el documento “no incluye la posición del 90% del mundo”.

Estos matices no se encuentran en *La Nación* ya que la mayoría de sus piezas acerca de la cumbre, y en general, en sus páginas de Internacional, hace uso de información de agencias internacionales.

El conflicto no aparece en torno al debate científico sobre la existencia o no del cambio climático antropogénico. Los antagonistas no son científicos y escépticos puesto que en ninguna información se pone en duda los informes del IPCC, es decir, en la prensa argentina no aparece el enfoque de incertidumbre científica que ha sido amplificado por los medios en otros países industrializados.

El enfrentamiento se da entre países industrializados y países en desarrollo. “Ellos tienen una responsabilidad primordial en reducir sus emisiones; tienen la obligación de proveer fondos públicos y genuinos para facilitar la mitigación”, afirmaba el ministro de Exteriores argentino. Si en la prensa europea ‘ellos’ son los otros países industrializados que no ratificaron el Protocolo de Kioto y no están tan implicados como ‘nosotros’, los europeos, para luchar contra el cambio climático, en *Clarín* ‘ellos’ son todos los países desarrollados.

Sin embargo, el ‘nosotros’ no aparece tan claramente delimitado como en el caso europeo. A pesar de que el Informe Planeta Vivo 2010 de WWF situaba a Argentina entre las 10 naciones que totalizan más del 60% de la capacidad de la Tierra para proveer servicios ambientales de importancia global, como la producción de

alimentos y la captación de dióxido de carbono, Argentina parece más un espectador que un actor. La posición oficial reivindica la 'deuda ambiental' que es necesario saldar pero la lucha contra el cambio climático no es un tema de interés prioritario en la agenda política argentina.

El catastrofismo tantas veces criticado asociado al periodismo ambiental aparece en cerca del veinte por ciento de las informaciones, casi siempre relacionadas con informes científicos o que establecen vinculaciones con fenómenos meteorológicos extremos. Pero son casi el doble las que se encuadran en 'Sostenibilidad', el que debiera ser el predominante en aras de una información ambiental que incidiera en la 'ecoalfabetización', la educación ambiental a través de informaciones sobre cuestiones medioambientales difundidas por los media (Fernández Parrat, 2006). El interés por el enfrentamiento entre países en la lucha contra el cambio climático debe dejar paso a información sobre medidas, proyectos, investigación o innovación tecnológica.

"Hay que comunicar mejor", decía la editora de la sección Ciencia/Salud de *La Nación*, Nora Bär, porque cuatro de cada diez estadounidenses ignoran qué es un combustible fósil, y seis de cada diez, qué es una fuente renovable de energía (*La Nación*, 24-2-10). Fernández Parrat (2006:46) insistía en la necesidad de desarrollar métodos de comunicación social apropiados e innovadores que permitan trasladar la información ambiental compleja a lenguajes inteligibles y formatos sencillo para ser entendidos por los ciudadanos en sus contextos locales.

Como conclusión, sirven las palabras del periodista argentino Hugo Caligaris en *La Nación*: "Los que contaminan no quieren dejar de contaminar, los políticos no se animan a ponerles freno, pues creen que de hacerlo sus países (o ellos) tendrán menos dinero en el futuro, y los científicos no pueden detener lo que, según todo lo indica, será dentro de pocas décadas la pauperización o destrucción total de la Tierra, pese a que tienen todas las pruebas de lo que está ocurriendo. Quedan los periodistas, los únicos capaces de generar una corriente de opinión tan fuerte que obligue a los que mandan a corregir el rumbo. En parte, ya lo hicieron: el tema está sobre la mesa, hay más conciencia que hace unos años. Pero hay que luchar con más vigor, porque el peligro está aumentando". Caligaris cierra su artículo apelando al compromiso de los periodistas: "cuando los defensores del medio ambiente discrepan, ¿qué harán los agresores? Como se ve, la prensa tendrá un trabajo duro (...) De modo que: manos a la obra, legionarios. Es hora de salvar el planeta".

5. REFERENCIAS

- ANDERSON, A. (2009): "Media, Politics and Climate Change: Towards a New Research Agenda", en *Sociology Compass* 3/2, pp. 166-182.
- BACHETTA, V. L. (2002): "Perfil del periodista ambiental", en *Sala de Prensa* 42 (2). <http://www.saladeprensa.org/art340.htm>
- BÄR, N. (2010): "Hay que comunicar mejor", *La Nación*, 24 febrero.
- BOYKOFF, M. y Roberts, T. (2007): *Media Coverage of Climate Change: Current Trends, Strengths, Weaknesses*, United Nations Development Report, Occasional paper, 2007/3.
- BOYKOFF, M. T. y BOYKOFF, J. M. (2004): "Bias as balance: global warming and the US prestige press", *Global Environmental Change* 14, pp. 125-136
- CALIGARIS, H. (2009): "Llamada mundial para salvar el planeta", *La Nación*, 13 Octubre.
- CARVALHO, A. (2008): "Communicating Climate Change: Discourses, Mediations and Perceptions". Braga: Centro de Estudios de Comunicación y Sociedad, Universidad de Minho, pp. 126-156.
- DÍAZ NOSTY, B. (2009): "Cambio climático, consenso científico y construcción mediática. Los paradigmas de la comunicación para la sostenibilidad", *Revista Latina de Comunicación Social* 64, pp. 99-119.
- ENTMAN, R. (1993): "Framing: toward clarification of a fractured paradigm", *Journal of Communication*, 43 (4), pp. 51-58.
- FERNÁNDEZ PARRAT, S. (2006): *Medios de comunicación y Medio Ambiente*, Madrid: Fragua.
- FERNÁNDEZ REYES, Rogelio (2010): "La Sostenibilidad: una nueva etapa en el periodismo ambiental y en el periodismo en general", en *Delos*, Vol 3, Nº 8.
- FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, J. (1995): *Periodismo ambiental en España*, Ministerio de Obras Públicas, Madrid: Ministerio Transportes y Medio Ambiente.
- MEIRA, P. A. (2008): *Comunicar el Cambio Climático. Escenario social y líneas de acción*. Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.
- MERCADO, M. (2012a): "Media representations of climate change in the Argentinean press", en *Journalism Studies*, Volume 13, Nº 2, pp. 193-209

- MERCADO, M. (2012b): "Periodismo ambiental: entre la especialización y el compromiso", en *Prensa y Periodismo Especializado 5*, Guadalajara: Asociación de la Prensa.
- NELKIN, D. (1990): *La ciencia en el escaparate*, Madrid: Fundesco.
- NOVO, M. (2003): *La educación ambiental. Bases éticas, conceptuales y metodológicas*, Madrid: Editorial Universitas.
- OLAUSSON, U. (2009): "Global warming-global responsibility? Media frames of collective action and scientific certainty", en *Public Understand Science* 18, pp. 421-436.
- PIÑUEL, J.L. (2002): "Epistemología, Metodología y Técnicas del Análisis de Contenido", *Estudios de Sociolingüística* 3 (1), pp.1-42
- PIZARRO, M. (2008): *El 'mundo' de la prensa argentina: ¿Qué es noticia internacional para La Nación y Clarín?*, Buenos Aires: La Crujía.
- SCHEUFELE, D. A. (1999): "Framing as a theory of media effects", *Journal of Communication*, nº 49 (1), pp.103-122.
- SEMETKO, H.A. y VALKENBURG, P. M. (2000): "Framing european politics: analysis of press and TV news", en *Journal of Communication*, nº 50 (1), pp. 93-109.
- TANKARD, J. W. (2001): "The empirical approach to the study of media framing", en *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world*. S. D. Reese, Stephen D., Oscar H. Gandy, y August E. Grant. (Eds), Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 95-106.
- VICENTE, M. y LÓPEZ, P. (2009): "Resultados de la investigación en comunicación sobre framing: sólido avance y arranque de la especialidad en España", *ZER Revista de Estudios en Comunicación* 26, pp. 13-34.
- WEINGART, P.; ENGELS, A. y PANSEGARU, P. (2000): "Risks of Communication: Discourses on Climate Change in Science, Politics, and the Mass Media," *Public Understanding of Science* 9 (3), pp. 261-83.