

Cambio climático en los informativos televisivos: temáticas, fuentes, comprensibilidad y representación de causas, impactos y soluciones

Climate Change in Television Newscasts: Topics, Sources, Comprehensibility, and the Representation of Causes, Impacts, and Solutions

María Teresa Mercado Sáez

Universitat de València
maite.mercado@uv.es

M^a Gemma Teso Alonso

Universidad Complutense de Madrid
mteso@ucom.es

Carlos Lozano Ascencio

Universidad Rey Juan Carlos
carlos.lozano@urjc.es

recibido 30.11.2025 / aceptado: 16.01.2026

Referencia de este artículo

Mercado Sáez, María Teresa; Teso Alonso, M^a Gemma y Lozano Ascencio, Carlos (2026). Cambio climático en los informativos televisivos: temáticas, fuentes, comprensibilidad y representación de causas, impactos y soluciones. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº31. Castellón de la Plana: Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I, 27-52. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/adcomunica.9311>.

PALABRAS CLAVE

cambio climático; televisión; fuentes; negacionismo; periodismo; análisis de contenido.

KEYWORDS

Climate Change; Television; Sources; Denialism; Journalism; Content Analysis.

RESUMEN

Este estudio analiza la cobertura del cambio climático en los informativos de televisión españoles mediante un análisis de contenido cuantitativo aplicado a 164 piezas emitidas por cadenas estatales, autonómicas y locales en 2024. La muestra es parte de una más amplia recogida por el Observatorio de la Comunicación del Cambio Climático para la elaboración del VI Informe sobre la comunicación de la crisis climática en España. El objetivo es examinar los ámbitos temáticos y la articulación espacial y temporal de las piezas televisivas; la selección de fuentes informativas y declarantes principales; la presencia de las causas del cambio climático, los impactos y las soluciones; el grado de comprensibilidad de los mensajes y la aparición de discursos negacionistas o escépticos. Los resultados muestran un predominio de categorías temáticas de carácter científico-técnico y meteorológico, mientras que las dimensiones política, económica o social tienen una presencia menor, en detrimento de actores ciudadanos o del tercer sector. La cobertura se caracteriza por una fuerte localización nacional, con escasa conexión con escalas globales. Las causas del cambio climático antropogénico apenas aparecen mencionadas, mientras que los impactos reciben mucha mayor atención y las soluciones, tanto de mitigación como de adaptación, están poco representadas. Un tercio de las piezas presenta niveles aceptables de comprensibilidad y no se detecta negacionismo explícito, pero sí se reproducen declaraciones políticas negacionistas. El estudio identifica desequilibrios en el relato del cambio climático que pueden limitar la capacidad educomunicativa y movilizadora de la televisión.

ABSTRACT

This study examines the coverage of climate change in Spanish television newscasts through a quantitative content analysis of 164 news items broadcast by national, regional, and local channels in 2024. The sample forms part of a broader dataset collected by the Observatory of Climate Change Communication for the preparation of the VI Report on Climate Crisis Communication in Spain. The study aims to analyse the thematic domains and the spatial and temporal articulation of television news items; the selection of informational sources and main speakers; the presence of causes, impacts, and solutions to climate change; the degree of message comprehensibility; and the occurrence of denialist or sceptical discourses. The results reveal a predominance of scientific-technical and meteorological themes, while political, economic, and social dimensions appear far less frequently, contributing to a limited presence of citizen and third-sector actors. Coverage is characterised by a strong national focus, with little connection

to global scales. The causes of anthropogenic climate change are scarcely mentioned, whereas impacts receive far greater attention and solutions—both mitigation and adaptation—are under-represented. One third of the news items display acceptable levels of comprehensibility, and no explicit denialism is detected, although political statements conveying denialist positions are reproduced. The study identifies imbalances in climate-change storytelling that may constrain the educommunicative and mobilising potential of television news

AUTORES

María Teresa Mercado Sáez es Profesora Titular de Periodismo en la Universitat de València. Doctora por la Universidad Complutense de Madrid, licenciada en Periodismo (CEU/UPV) y en Humanidades (UV), Máster en Gestión Cultural (UCH CEU) y Especialista Universitario en Educación Ambiental (UNED). Ha sido IP de un proyecto nacional y tiene reconocidos 3 sexenios de investigación. Es miembro del Observatorio de la Comunicación del Cambio Climático de la UCM.

M^a Gemma Teso Alonso es Doctora en Sociología por la Universidad Complutense de Madrid (Premio Extraordinario de Doctorado). Licenciada en Comunicación Audiovisual y Experta en elaboración de Reportajes y Documentales (UCM). Profesora del Departamento de Sociología: Metodología y Teoría, de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM. Es la coordinadora del Observatorio de la Comunicación del Cambio Climático de la UCM.

Carlos lozano Ascencio es profesor Catedrático de Universidad en la Rey Juan Carlos de Madrid. Es Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Nacional Autónoma de México. Tiene 3 sexenios de investigación. Es IP del proyecto nacional MapCoM y miembro del Observatorio de la Comunicación del Cambio Climático de la UCM.

CRÉDITOS

El proyecto del que forma parte este trabajo y el VI informe de la Comunicación de la crisis climática en 2024 se desarrolla en colaboración con ECODES con el apoyo del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico a través de la convocatoria para el año 2024 de subvenciones en régimen de concurrencia competitiva 'Línea A' para el desarrollo de actividades para el interés general consideradas de interés social, en el ámbito de la investigación científica y técnica y protección al medio ambiente en materias de competencias estatal.

1. Introducción

El cambio climático es uno de los temas más relevantes y complejos de la agenda mediática contemporánea puesto que la implementación y la aceptación de las políticas climáticas dependen de las percepciones públicas sobre el cambio climático (CC). Los medios, como foro clave para la producción, reproducción y transformación del significado de los asuntos públicos, influyen no solo en la comprensión de los riesgos, las responsabilidades y el funcionamiento de la gobernanza, también en la percepción que tienen los ciudadanos de su propia capacidad de acción o agencia política (real o potencial), según indicaba Carvalho (2010).

Aún hoy, los medios son responsables de la mayor parte del contacto de la población con noticias e información climática y, por tanto, el principal factor que configura la conciencia y la preocupación de la ciudadanía respecto al CC, según los resultados de la encuesta en ocho países del Instituto Reuters para conocer el consumo de noticias sobre cambio climático en 2024 (Ejaz, Mukherjee y Fletcher, 2025). Desde el aviso de desastres inminentes hasta el seguimiento de cumbres internacionales y protestas, el discurso mediático puede amplificar la sensación de urgencia o alimentar el escepticismo. Y, entre los medios, la televisión sigue siendo el canal más común donde encontrar noticias sobre cambio climático desde que lo señalaran O'Neill y Nicholson-Cole (2009) o Painter (2013). Según el estudio específico del Instituto Reuters, en 2024, en promedio, el 31 % de los encuestados afirma haber visto, leído o escuchado noticias e información sobre el cambio climático en la televisión durante la última semana. Tras la televisión, los portales de noticias digitales ocupan el segundo lugar (24 %) y las redes sociales el tercero (19 %) como fuentes habituales de información climática. Estas cifras han cambiado muy poco (± 3 puntos porcentuales o menos) desde el primer estudio realizado en 2022 (Ejaz, Mukherjee y Fletcher, 2025).

En España, el Observatorio de la Comunicación del Cambio Climático ubicado en la Universidad Complutense de Madrid elabora un informe anual sobre la información de la crisis climática en distintos soportes, incluyendo el televisivo (Teso et al., 2025, 2024, 2023, entre otros). El VI Informe de la Comunicación del CC en España (Teso et al., 2025), titulado «La comunicación de la crisis climática en 2024. Usos, aplicaciones y referencias a la inteligencia artificial en la comunicación mediática de la descarbonización y la transición ecológica», incorpora el análisis del impacto de la inteligencia artificial, además de identificar y comparar las características de la comunicación de la crisis climática producida en el año 2024 en los medios convencionales de los distintos soportes (prensa, radio y televisión), medios digitales, fuentes online y la red social X, conforme a 55 variables. Los informes anuales tienen también como objetivo evaluar el grado de cumplimiento de las recomendaciones del 'Decálogo de recomendaciones para la comunicación del cambio climático' (Ecodes, 2022) por parte de los medios.

En esta investigación se examinan exclusivamente con propósito descriptivo y de diagnóstico las piezas televisivas sobre cambio climático en relación con una selección de variables expuestas en la metodología. Teniendo en cuenta los antecedentes, se establecen resultados y conclusiones singulares sobre el abordaje informativo de la crisis climática en los principales canales de televisión en España en 2024.

Los objetivos específicos son los siguientes:

1. Examinar los ámbitos temáticos y los contextos espacial y temporal en los que se comunica el cambio climático en televisión.
2. Identificar las fuentes informativas y el perfil de los declarantes principales en la construcción televisiva de la crisis climática determinando qué actores adquieren visibilidad y cuáles quedan relegados.
3. Evaluar la presencia y el equilibrio entre la presencia en el relato informativo de las causas, los impactos y las soluciones (medidas de mitigación y adaptación) con el fin de comprender si la cobertura favorece una representación integral del fenómeno o, por el contrario, prioriza dimensiones parciales que puedan limitar la capacidad de acción ciudadana.
4. Determinar el grado de comprensibilidad de los contenidos y la presencia de negacionismo o escepticismo.

2. Antecedentes

Numerosas investigaciones abordan el análisis de la cobertura sobre el cambio climático en los medios de comunicación. Sin embargo, no todos han sido examinados en la misma medida siendo la prensa el medio más analizado a pesar de que la televisión sigue siendo la principal fuente de información a nivel global, como se ha señalado anteriormente (Ejaz, Mukherjee y Fletcher, 2025).

Como uno de los más influyentes estudios de la cobertura televisiva del CC, destaca el de Boykoff y Boykoff (2004), quienes analizaron el tratamiento informativo del consenso científico en torno al origen antropogénico del CC en los noticieros televisivos de Estados Unidos entre 1995 y 2004 (ABC World News Tonight, CBS Evening News y NBC Nightly News) a partir de la aplicación de la norma periodística de «equilibrio» de fuentes.

Por su parte, el análisis de Feldman y Hart (2014) sobre la cobertura del CC entre 2005 y 2011 en los noticieros televisivos de la ABC, CBS, NBC estadounidenses demostraron que los impactos y las soluciones se abordan de forma independiente en la mayoría de las emisiones. Los primeros se enmarcan principalmente en términos ambientales, mientras que las acciones para enfrentar el calentamiento global se encuadran en el conflicto político.

La información sobre la amenaza y la eficacia de las soluciones también puede comunicarse indirectamente, simplemente describiendo los impactos y las acciones con las que se relacionan. Por ejemplo, en su estudio sobre las imágenes asociadas al CC, O'Neill y Nicholson-Cole (2009) descubrieron que las representaciones de los impactos más dramáticos, como la hambruna infantil y las inundaciones devastadoras, aumentaban la percepción de la importancia del problema, pero también hacían que las personas se sintieran incapaces de hacer nada al respecto. Por otro lado, las imágenes que transmitían medidas de mitigación, como las de paneles solares en una casa o turbinas eólicas, no lograron evocar una fuerte percepción de relevancia del problema, pero sí aumentaron la sensación de eficacia. La conclusión sugería que una comunicación eficaz del CC debe incluir el debate tanto sobre los impactos como sobre las acciones, para lograr el equilibrio entre la percepción de amenaza y la eficacia necesario para promover la participación pública.

Al ser la televisión es un medio eminentemente visual se ve condicionado de manera decisiva por la selección de las imágenes que determina el tratamiento del cambio climático. Los fenómenos climáticos en sí mismos, como el aumento de gases de efecto invernadero o la acidificación de los océanos, son difíciles de representar visualmente, lo que lleva a una dependencia de imágenes indirectas o simbólicas como, por ejemplo, el uso recurrente de ciertos clichés visuales: osos polares en el Ártico, chimeneas humeantes, icebergs que se derriten o imágenes de catástrofes naturales (Erviti y De Lara, 2012; O'Neill et al., 2013; Hansen y Machin, 2013).

Otros estudios apuntan a que la adhesión de los periodistas a normas profesionales como el equilibrio, la novedad, la dramatización y la personalización, junto con las presiones económicas y las influencias sociopolíticas, han generado imprecisiones y distorsiones en la cobertura televisiva del CC. Según Feldman (2017), los análisis de contenido han revelado que los noticieros de las cadenas de televisión estadounidenses tienden a enfatizar los impactos e imágenes dramáticos, los conflictos entre grupos políticos y personalidades, y la incertidumbre en torno a la ciencia y las políticas climáticas. Al mismo tiempo, quienes se muestran escépticos respecto al CC supieron explotar las normas de equilibrio y objetividad de los periodistas para amplificar sus voces en la cobertura televisiva del cambio climático. En Estados Unidos, según Feldman (2017), un movimiento coordinado de negacionismo climático ha

utilizado Fox News para difundir eficazmente su mensaje desacreditando la ciencia climática. Por su parte, el canal de noticias MSNBC tiende a vilipendiar la oposición conservadora a la ciencia y las políticas climáticas, y ocasionalmente exagera los impactos del cambio climático. CNN envía señales más contradictorias.

Las encuestas y los análisis experimentales indican que estas tendencias en la cobertura televisiva de las noticias sobre el CC tienen efectos importantes en la opinión pública y pueden, en particular, alimentar la confusión y la apatía entre el público general de los Estados Unidos y fomentar opiniones extremistas entre los partidarios fuertes. Otros análisis sobre la cobertura del CC en las cadenas estadounidenses como el de Ahern y Formentin (2016) señalaban que Fox News cubre este tema con mucha mayor frecuencia, en comparación con los demás grandes medios porque suele apropiarse del tema como ejemplo de la corrección política y del exceso del progresismo político. Por el contrario, el resto de las cadenas son más propensas a cubrir las causas reales y los impactos del calentamiento global.

En un estudio comparado que incorpora países del Sur Global, Painter et al. (2023) analizaron la cobertura del informe de 2021 del Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (IPCC) en treinta programas informativos de veinte canales de Australia, Brasil, Suecia, Reino Unido y Estados Unidos para detectar escepticismo climático. Sus resultados muestran que el escepticismo sobre la evidencia científica fue moderado. Sin embargo, lo más relevante es la mayor presencia de escepticismo sobre las respuestas en más países y medios, y no solo en los de orientación derecha. Se encontraron escepticismo ante las soluciones en la cobertura del Reino Unido por parte de la BBC, ITV y Channel 4; en Suecia en SVT; en Australia en Channel 7 y 9; en Brasil en O Globo y SBT; y en Estados Unidos en el canal MSNBC. En un caso (SVT), las críticas se dirigieron a las políticas gubernamentales en general por no ser lo suficientemente contundentes. Pero en la mayoría de los casos, se planteaban obstáculos económicos, sociales y políticos específicos de cada país para aplicar políticas climáticas nacionales. En contraste, en los canales de derecha se detectó un escepticismo sobre las respuestas más inespecífico, como cuando un presentador de GBTV argumentó que «hagamos lo que hagamos aquí [en el Reino Unido], es China la que tiene que hacer mucho más que nosotros», o cuando un colaborador de Fox News sugirió que «solo poder volar cuando sea moralmente justificable» obligaría a la gente a cambiar completamente su estilo de vida. El hallazgo de que muchos canales de derecha incluyen escepticismo sobre la evidencia confirma la continuidad de la tendencia, pero estos resultados muestran que ahora combinan el escepticismo sobre la evidencia y sobre las respuestas en proporciones aproximadamente similares.

Por otra parte, Schirmag et al. (2025) han examinado la cobertura del CC a partir de los subtítulos del principal informativo alemán, *Tagesschau*. Mediante un algoritmo basado

en técnicas de procesamiento del lenguaje natural clasificaron los temas de más de 28.000 piezas informativas entre 2015 y 2023 para demostrar que el CC representa el cuatro por ciento de la cobertura total, superado, por ejemplo, por la información deportiva (9%). En este medio, dado el fuerte interés de la ciudadanía alemana tanto por la información política como por la climática, el ochenta por ciento de la cobertura climática se centra en la política climática, mientras que solo el diez por ciento aborda los impactos del clima, como los fenómenos meteorológicos extremos. Cuando el cambio climático aparece en *Tagesschau*, suele hacerlo en el contexto del debate político sobre medidas de adaptación y mitigación a nivel nacional e internacional.

En España, Mercado-Sáez y Monedero-Morales (2025) analizaron si se aprovecha la celebración de una cumbre internacional como la COP27 para informar en las televisiones españolas generalistas sobre el CC siguiendo las recomendaciones deontológicas que han publicado distintos organismos e instituciones académicas. Los resultados muestran la enorme diferencia entre la amplia cobertura de la televisión pública (TVE) y la casi indiferencia de las privadas. Limitándose a informar sobre la inauguración y la clausura de la más importante cumbre internacional sobre el mayor riesgo global para la humanidad es imposible considerar los aspectos que sugieren tratar los periodistas especializados y expertos en comunicación del CC. Los resultados ponen en cuestión la jerarquización de los asuntos de actualidad de los programas informativos de las cadenas privadas.

En cualquier caso, la cobertura del CC por parte de las emisoras televisivas es modesta en comparación con la cobertura de la prensa sobre el tema. Gavin (2017) lo achaca a las dificultades que pueden tener los periodistas de los medios televisivos para justificar la inclusión del CC en la escaleta del informativo. Para este investigador, algunas tendencias se repiten más allá de las diferencias nacionales: los comentarios alarmantes (y posiblemente alarmistas), la escasa cobertura sobre las causas del CC y la reproducción generalizada de afirmaciones de escepticismo climático. Así, parece poco probable que estas formas comunes de cobertura promuevan una comprensión plena, un compromiso serio o una preocupación por el tema.

3. Metodología

En el VI Informe de la Comunicación del CC en España (Teso et al, 2025) se analiza el contenido de una muestra de 1658 piezas informativas procedentes de los distintos soportes mediáticos y de la red social X. El muestreo tuvo carácter polietápico, ya que primero se eligieron los soportes y medios a seguir y posteriormente se determinaron las fechas de seguimiento, que fueron las mismas para los distintos soportes (radio,

televisión, medios impresos, medios digitales, fuentes online y X). El marco muestral de 2024 fue el primer semestre y se aplicó un muestreo aleatorio sistemático de semanas naturales completas para seleccionar los 35 días de la muestra, distribuidos en 5 semanas completas. Tras enumerar todas las semanas del primer semestre se eligió aleatoriamente una. Posteriormente, para elegir las siguientes semanas, se empleó la constante $k=5$.

Los filtros de búsqueda aplicados fueron las palabras clave «cambio climático», «calentamiento global», «emergencia climática», «efecto invernadero» y «crisis climática». La fuente de datos en todos los soportes, incluida la televisión, fue la empresa Onclusive (antes Kantar Media), excepto para la extracción de las unidades de los diarios impresos analizados.

De la muestra de 1658 piezas informativas analizadas para el VI Informe, el 16 % por ciento corresponde a contenidos televisivos ($n=264$). Para el estudio que se presenta se ofrecen los datos de aquellas unidades de análisis extraídas de los programas televisivos en los que el CC es la referencia o asunto principal en la información ($n=164$), ya que cuando la crisis climática es abordada de forma secundaria o tangencial en el contexto de una información sobre cualquier otro asunto, solo se aplican aquellas variables que permiten identificar el contenido prioritario de la información en relación con el soporte, el medio y el formato. Las 164 unidades muestrales que abordaron la crisis climática como referencia o tema principal fueron emitidas en diez canales, tanto públicos como privados: 31 piezas de Cuatro, 27 de TV3, 21 de À Punt, 19 de Telecinco, 18 de La 1 de RTVE, 15 de Canal Sur, 14 de La Sexta, 10 de Antena 3, 6 de ETB y 2 de BTB. Todas las piezas se emitieron durante las semanas que empezaban el lunes 12 de febrero, 4 de marzo, 22 de abril, 7 de mayo y 17 de junio de 2024.

De las 55 variables del protocolo de análisis para la elaboración de los informes del Observatorio esta investigación se centra en las diez que responden a los objetivos específicos señalados:

- 1.** **Ámbito temático predominante** (El cambio climático se aborda como un asunto prioritariamente): Político, económico, científico, meteorología, FME (evento meteorológico extremo), social-Cultural, activismo-protestas, salud, biodiversidad/ecosistemas, educación, ética, otros.
- 2.** **Contexto espacial predominante.** La información hace referencia a la cercanía/lejanía espacial del fenómeno del cambio climático: Se sitúa en el ámbito local/regional, estatal, europeo, global (mundial).

3. Fuentes de datos prioritaria: Periodística (corresponsal, contertulio, etc.), Política (Gobiernos, partidos), económica, científica/ tecnológica, social/cultural (organizaciones, asociaciones, consorcios, actores, cantantes, etc.), los datos provienen del acontecer, NP/NC.
4. Rol Declarante 1 o declarante Principal (Quien toma la palabra, cita textual): activistas ONG, agricultores/ganaderos, empresarios, científicos, ciudadanos (víctimas o testigos), educadores sociales, jóvenes, políticos/administración/ gobernantes, otro profesional mediador (periodista), otros, NP/NC.
5. Comunicación Causas:
 - Emisiones GEI (gases de efecto invernadero) y su evolución en la atmósfera
 - Las distintas fuentes de producción de la energía eléctrica
 - La producción energética (para hogar, transporte...)
 - Producción, transporte y distribución de alimentos
 - La estructura y el funcionamiento del sector energético.
 - El consumo ciudadano (sectores difusos: transporte, vivienda, viajes, etc.)
 - Otras
 - NP/NC
6. Comunicación Impactos:
 - En el clima: aumento de la temperatura, alteración de precipitaciones, sequías y olas de calor, etc.
 - En los océanos: subida del nivel del mar, acidificación, corrientes, etc.
 - En la desertificación de territorios y agotamiento de recursos hídricos y aguas potables
 - En el incremento del riesgo de desastres naturales
 - En la biodiversidad terrestre y marina
 - En la producción de alimentos: agricultura, ganadería, pesca y acuicultura
 - En la salud humana: vectores, pandemias, insalubridad, etc.
 - En las ciudades, el urbanismo y el patrimonio cultural
 - En el sistema financiero y en las previsiones de los seguros
 - En la justicia social, incrementando las desigualdades intergeneracionales, de género, etc.
 - En los conflictos migratorios y los conflictos ecosociales y territoriales
 - Otros
 - NP/NC
7. Comunicación Mitigación:
 - Conservar los ecosistemas naturales como reguladores del clima y sumideros naturales de CO2

- Incentivar el uso de las energías renovables para los consumidores (autoconsumo) y para la Industria
- Favorecer la movilidad urbana mediante la peatonalización de las vías y el uso de la bicicleta
- Sustituir los vehículos convencionales por vehículos eléctricos y otras fórmulas como *car-sharing*, etc.
- Planificar el diseño urbanístico para ahorrar desplazamientos y promover la gestión óptima de los residuos
- Mejorar el aislamiento energético en las viviendas nuevas y existentes
- Promover una economía circular y de proximidad que reduzca la huella ecológica y refuerce la economía local y regional
- Promover un turismo sostenible que reduzca la huella ecológica asociada a los vuelos y al impacto en los territorios
- Eliminar el *Greenwashing* y la publicidad que incentiva el consumo irresponsable
- Reducir/Cambiar el consumo ciudadano en general (ahorro de recursos naturales)
- Otras
- NP/NC

8. Comunicación Adaptación

- Garantizar la conservación del medio natural cuidando la biodiversidad, los corredores ecológicos y la respuesta adaptativa de las distintas especies.
- Garantizar la seguridad alimentaria (agricultura, ganadería) mediante políticas nacionales y europeas
- Planificar la actividad cinegética y la pesca de acuerdo con las previsiones de los cambios
- Mejorar la gestión hidrológica y el uso cotidiano del agua y de los recursos hídricos
- Prevenir la degradación de suelos y la desertificación
- Estabilizar y proteger la línea de costa ante la previsión de subidas de nivel del mar, respetando la sostenibilidad natural
- Planificar el urbanismo y la edificación conforme a las necesidades de climatización y la protección el patrimonio cultural
- Integrar las medidas de adaptación en las legislaciones sectoriales de la industria y los servicios, favoreciendo la creación de nuevos empleos.
- Articular formas de financiación de las distintas medidas de adaptación considerando el beneficio por la prevención de desastres naturales
- Facilitar a la ciudadanía el acceso a las fuentes de datos para conocer las posibles proyecciones de futuro en sus territorios y regiones.

- Informar sobre los riesgos del CC para la salud humana (olas de calor, enfermedades vectoriales, salud laboral, etc.) y sobre las medidas de prevención.
 - Educar en valores para empoderar a la ciudadanía frente al riesgo, incrementando a la vez su respuesta adaptativa a los cambios.
 - Otras
 - NP/NC
- 9.** Comprensibilidad del CC. Si se refieren y explican expresiones que caracterizan el fenómeno de forma comprensible, como pueden ser «gases GEI, huella de carbono, efecto invernadero, anomalía climática...». Es la variable de la educación.
- No se refieren ni explican
 - Sí se refieren, pero no se explican
 - Sí se refieren y explican comprensiblemente
 - NP/NC
- 10.** Negacionismo/escepticismo. Se analiza la expresión de algún tipo de negacionismo en relación con las causas, los impactos o las soluciones:
- NP/NC (no hay discurso negacionista)
 - Negación/dudas sobre la/s causa/s. Negacionismo de las causas del CC
 - Negación o minusvaloración de los impactos del CC.
 - Negación solución mitigación.
 - Negación de la adaptación.
 - Negación de las causas y de las soluciones (sean de mitigación o adaptación)
 - Negación de las causas y de los impactos del CC
 - Negación/minusvaloración de los impactos y de las soluciones
 - Negación de las causas, los impactos y las soluciones

La fiabilidad del método aplicado requiere la realización de una prueba de convergencia entre los analistas. Un sistema habitual para medirla es el Alfa de Krippendorff (Krippendorff, 2013), que trata de establecer el grado de acuerdo alcanzado entre los distintos analistas o codificadores al aplicar el mismo protocolo a un conjunto de unidades. El valor se calcula sobre un máximo de 1. Por debajo de 0,667 hablaríamos de un grado de acuerdo deficiente. El análisis de la información televisiva que aquí se presenta fue llevado a cabo por dos de los autores, experimentados investigadores que han repetido esta prueba en años sucesivos aplicando las mismas variables obteniendo valores iguales o superiores a 0,8.

4. Resultados

4.1. Ámbito temático y contexto espaciotemporal

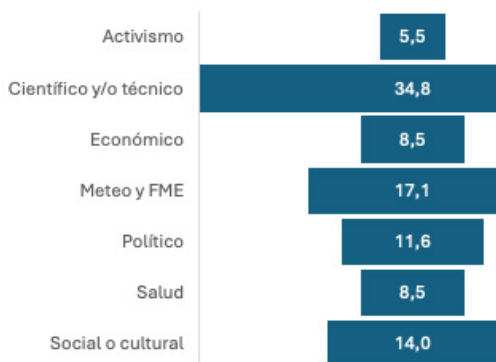
El análisis de las categorías temáticas desvela una preferencia clara por la perspectiva científica y/o técnica, presente en más de un tercio de las noticias (34,8 %; n= 57). Un ejemplo es la pieza sobre la menor emisión de gases por parte del ganado vacuno español respecto a la media mundial, basada en un informe científico (Antena 3, 13 de febrero de 2025).

El segundo ámbito temático más frecuente es el meteorológico (17,1 %; n = 28). Este ámbito privilegia los fenómenos extremos y su espectacularidad visual, como en la noticia que reporta récords de temperatura y olas de calor tanto en Brasil como en Andalucía, con miles de personas afectadas (Telecinco, 9 de mayo de 2025). La vinculación del CC con prácticas culturales, tradiciones o formas de vida aparece en el 14 % de las noticias (n = 23), como fue el caso de la pieza sobre una falla valenciana dedicada al fenómeno (À Punt, 4 de marzo de 2025).

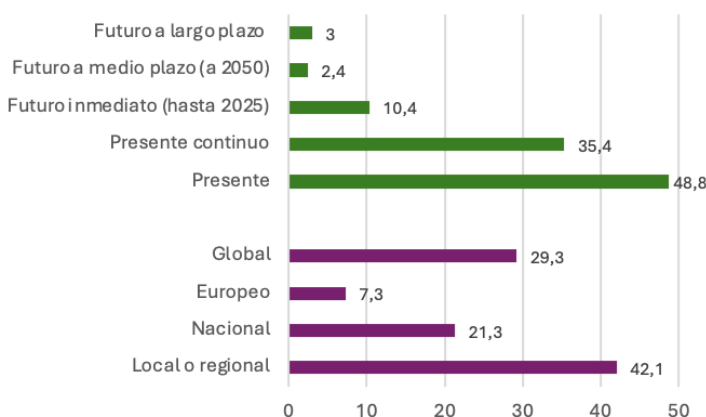
La vertiente temática política se encuentra en el 11,6 % de las noticias (n= 19), representada por piezas como la intervención del presidente de la Junta de Andalucía respaldando a agricultores y garantizando el abastecimiento hídrico frente a los efectos climáticos (Canal Sur, 14 de febrero de 2025).

Los ámbitos temáticos económico y de salud tienen un peso similar (8,5 %; n = 14 cada uno). En el primero, por ejemplo, se informa de cómo las olas de calor extremas han afectado negativamente al turismo extranjero, con impacto directo en la economía nacional (La Sexta, 20 de junio de 2025). En el plano sanitario, se incluyen piezas como la que alerta sobre la propagación de nuevos virus favorecida por el calentamiento global (Cuatro, 13 de febrero de 2025). Finalmente, el activismo climático es el menos representado (5,5 %; n = 9). El acontecimiento más significativo registrado en la muestra es la cobertura de una manifestación en Londres en la que participaron 50.000 personas reclamando medidas urgentes contra el CC (Cuatro, 22 de junio de 2025).

El análisis del contexto espacial revela que las piezas tienden a situar el CC en entornos cercanos e inmediatos. El 42,1 % de las noticias (n = 69) se centran en un contexto local o regional y un 21,3 % (n= 35) lo hacen desde una perspectiva nacional. En conjunto, más del 60 % de las piezas sitúan el CC dentro del ámbito geográfico del país o sus regiones contribuyendo a aproximar la emergencia climática para hacerla más relevante para el espectador. Casi un tercio de las noticias (29,3 %; n = 48) adoptan una escala global y solo un 7,3 % (n = 12) se refieren al contexto europeo.

Figura 1. Categorías temáticas (%)

Fuente: Elaboración propia

Figura 2. Contexto temporal y espacial (%)

Fuente: Elaboración propia

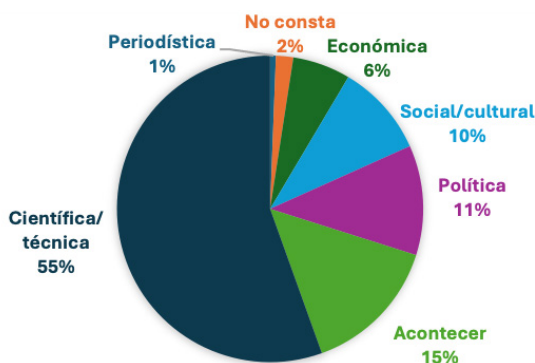
En cuanto al contexto temporal, predomina claramente el tratamiento en tiempo presente, tanto inmediato (48,8 %; n = 80) como continuo (35,4 %; n = 58), con el CC representado como un proceso en curso. Las referencias al futuro inmediato (hasta 2025) aparecen en un 10,4 % de las piezas (n = 17), mientras que las que se proyectan hacia el medio plazo (hasta 2050) o el largo plazo (siglos venideros) son minoritarias: 2,4 % (n = 4) y 3% (n = 5), respectivamente.

4.2. Fuentes informativas y declarantes

Los resultados sobre los ámbitos temáticos concuerdan con la escasa presencia de los activistas o voces ciudadanas como fuentes informativas puesto que las piezas tienden a apoyarse en fuentes científicas, meteorológicas o institucionales.

Más de la mitad de las piezas (55,5 %; n = 91) se basan en fuentes científicas o tecnológicas, lo que respalda la centralidad del encuadre técnico-científico identificado en el análisis temático. En segundo lugar, un 14,6 % de las piezas (n = 24) se sustentan en hechos noticiosos directos, es decir, los datos proceden de la observación o el seguimiento de eventos sin mediación explícita de fuentes identificables. Las fuentes políticas como representantes de gobiernos, partidos o instituciones públicas aparecen en el 11,6 % de las noticias (n = 19). Aún más reducida es la presencia de fuentes económicas, como representantes de empresas, cámaras de comercio o sectores productivos (6,1 %; n = 10), y de fuentes sociales o culturales (9,8 %; n = 16), que incluyen asociaciones, colectivos, artistas o representantes de la sociedad civil organizada. Solo una pieza (0,6 %) constituye información propia del periodista.

Figura 3. Fuentes informativas (%)

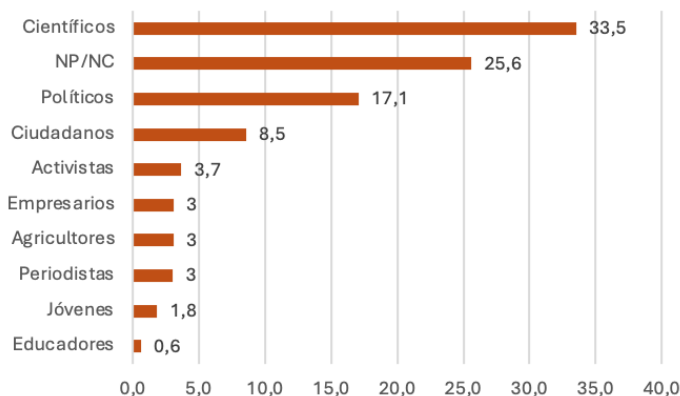


Fuente: Elaboración propia

El análisis de los protagonistas que toman la palabra en las noticias —es decir, las personas que actúan como fuentes principales a través de declaraciones directas— se corresponde con los resultados respecto a temas y fuentes, es decir, se observa el predominio de los perfiles científicos en más de un tercio de las noticias (33,5 %; n = 55). Tras estos el segundo grupo más presente en las declaraciones es el de los políticos, con un 17,1 % (n = 28). En tercer lugar, aparecen el grupo de declarantes no especificados o no identificados, que representa el 25,6% de las piezas (n = 42). Los y las ciudadanas en general aparecen como fuente en el 8,5% de las piezas

(n = 14), mientras que los y las activistas (3,7%; n = 6) y jóvenes (1,8 %; n = 3) están escasamente representados.

Figura 4. Perfiles de los y las declarantes (%)



Fuente: Elaboración propia

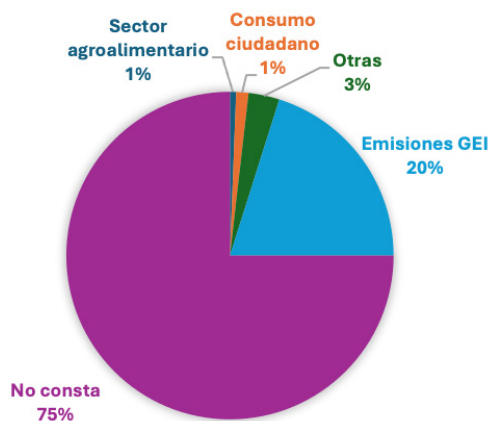
Otros grupos profesionales con posibles intereses o responsabilidades en la lucha contra el CC, como empresarios (3%; n = 5), agricultores (3%; n = 5) o educadores (0,6 %; n = 1), apenas aparecen como declarantes. Los periodistas, por su parte, actúan como voces principales en solo el 3 % de las piezas (n = 5).

4.3. Causas, impactos y soluciones

La presencia de las causas del CC en las 164 piezas televisivas analizadas resulta escasa y, en la mayoría de los casos, inexistente: en el 75% de las noticias (n = 123) no se explicita ninguna causa relacionada con el fenómeno.

Entre las piezas que sí abordan alguna causa, la más frecuentemente mencionada (20,1 %; n = 33) es la relativa a las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y su evolución en la atmósfera. Esta mención no siempre se acompaña de referencias específicas a los sectores emisores o a sus dinámicas concretas.

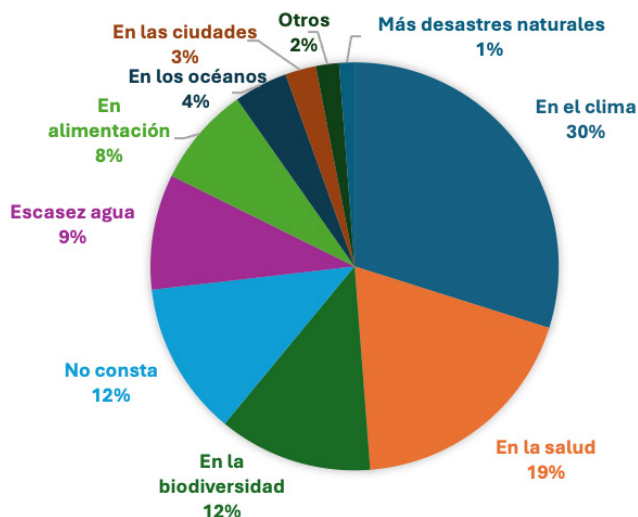
El resto de las causas aparecen representadas de forma marginal o testimonial. El consumo ciudadano en sectores difusos como el transporte, la vivienda o los viajes es citado únicamente en el 1,2 % de las piezas (n = 2), mientras que la producción, transporte y distribución de alimentos aparece en apenas un 0,6 % (n = 1). Ninguna noticia menciona al sector energético (producción, almacenamiento y distribución) como causa del CC, a pesar de que se trata de uno de los principales responsables de las emisiones a escala global.

Figura 5. Causas del cambio climático (%)

Fuente: Elaboración propia

Las noticias que mencionan al menos un impacto del CC representan el 87,8 % del total ($n = 144$), frente a un 12,2 % ($n = 20$) en las que no consta ninguna alusión a las consecuencias del fenómeno. Entre los impactos más destacados, sobresalen las referencias al clima, que agrupan el 29,9 % de las piezas ($n = 49$). Estas aluden al aumento de la temperatura, alteración de las precipitaciones, sequías y olas de calor. También se identifican con relativa frecuencia los efectos en la salud humana —como enfermedades transmitidas por vectores, insalubridad o pandemias—, presentes en el 18,9 % de las noticias ($n = 31$), y en la biodiversidad terrestre y marina, citada en el 12,2 % de los casos ($n = 20$).

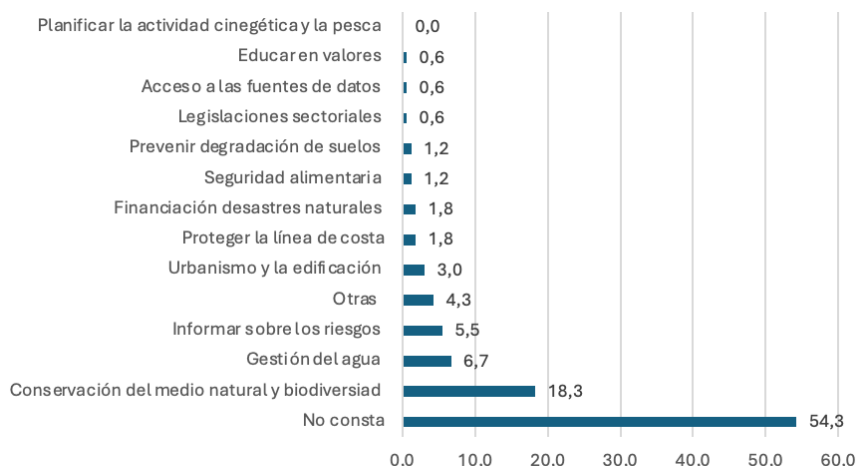
Otros impactos reciben una atención menor. Es el caso de la desertificación de territorios y el agotamiento de los recursos hídricos (9,1 %; $n = 15$), la producción de alimentos (7,9 %; $n = 13$), y los océanos, con alusión a fenómenos como la subida del nivel del mar o la acidificación (4,3 %; $n = 7$). Por su parte, las consecuencias en el urbanismo, las ciudades y el patrimonio cultural aparecen en el 2,4 % de las noticias ($n = 4$), mientras que el incremento del riesgo de desastres naturales se menciona solo en un 1,2 % ($n = 2$). No aparecen piezas sobre impactos en ámbitos como el sistema financiero y asegurador, la justicia social o los conflictos migratorios y ecosociales.

Figura 6. Impactos del cambio climático (%)

Fuente: Elaboración propia

Respecto a las soluciones, en primer lugar, en más de la mitad de las piezas informativas analizadas (54,3 %; $n = 89$) no se hace mención alguna a medidas de adaptación frente al CC. Entre las noticias que sí las incluyen, la medida más frecuentemente citada es la de garantizar la conservación del medio natural y la biodiversidad, presente en el 18,3 % de las piezas ($n = 30$). Le siguen, aunque con una presencia significativamente menor, las referencias a mejorar la gestión hidrológica y el uso cotidiano del agua y de los recursos hídricos (6,7 %; $n = 11$) y a informar sobre los riesgos del cambio climático para la salud humana y las medidas de prevención (5,5 %; $n = 9$).

Otras estrategias de adaptación se mencionan de forma más residual. Es el caso de planificar el urbanismo y la edificación conforme a las necesidades de climatización (3,0 %; $n = 5$), estabilizar y proteger la línea de costa ante la previsión de subidas del nivel del mar (1,8 %; $n = 3$), y articular formas de financiación para prevenir desastres naturales (1,8 %; $n = 3$). Medidas como garantizar la seguridad alimentaria y prevenir la degradación de suelos y la desertificación aparecen en el 1,2 % de las piezas ($n = 2$ en cada caso), mientras que otros enfoques —como legislaciones sectoriales, educación en valores para el empoderamiento ciudadano, y facilitar el acceso a fuentes de datos— son prácticamente testimoniales (0,6 %; $n = 1$ en cada caso). La planificación de la actividad cinegética o pesquera como medida de adaptación no aparece.

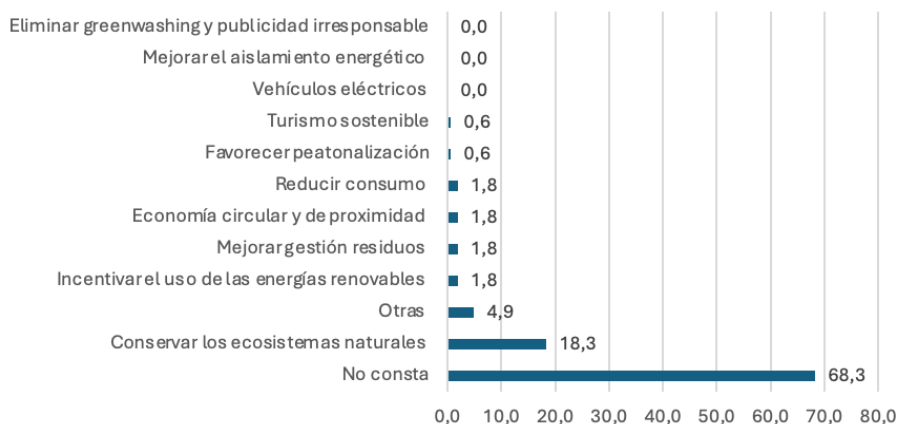
Figura 7. Medidas de adaptación (%)

Fuente: Elaboración propia

La alusión a medidas de mitigación es inexistente en más de dos tercios de las piezas analizadas (68,3 %; n = 112). Cuando se menciona alguna estrategia, la más frecuente es la de conservar los ecosistemas naturales como reguladores del clima y sumideros naturales de CO₂, presente en el 18,3 % de los casos (n = 30).

Otras medidas reciben una atención muy marginal. La promoción de energías renovables tanto para consumidores como para la industria aparece en el 1,8 % de las piezas (n = 3), el mismo porcentaje que la mención a la planificación urbanística para reducir desplazamientos y gestionar residuos, la promoción de una economía circular y de proximidad y la reducción del consumo ciudadano.

Propuestas como favorecer la movilidad urbana mediante la peatonalización y el uso de la bicicleta y promover un turismo sostenible apenas aparecen en un 0,6 % de las noticias (n = 1 en ambos casos). En cambio, no se encuentran menciones a propuestas como sustituir los vehículos convencionales por eléctricos, mejorar el aislamiento energético de las viviendas o eliminar el *greenwashing* y la publicidad que incentiva el consumo irresponsable.

Figura 8. Medidas de mitigación (%)

Fuente: Elaboración propia

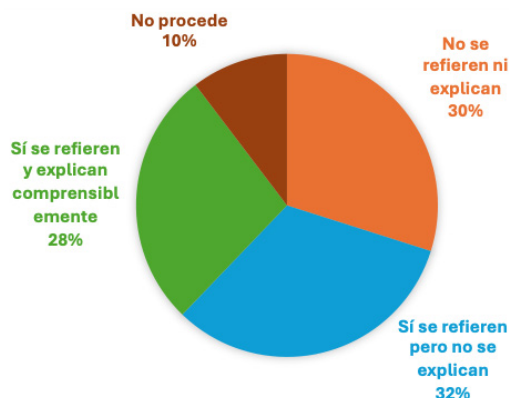
4.4. Comprensibilidad y negacionismo

El análisis del nivel de comprensibilidad del discurso informativo en los telediarios revela ciertas carencias en la función pedagógica que cabría esperar de los medios en relación con un fenómeno complejo como el cambio climático. En menos de un tercio de las piezas (27,4 %) se explican de forma comprensible los conceptos como «gases de efecto invernadero», «huella de carbono», «efecto invernadero», «anomalía climática» o «escenarios climáticos».

En una proporción mayor (32,3 %), las piezas incluyen referencias a estos conceptos, pero sin ofrecer explicaciones comprensibles o contextualizadas. Se trata de noticias en las que los términos aparecen como parte del discurso especializado o institucional, pero sin traducción accesible al lenguaje común, lo que limita su función informativa real. En otra tercera parte de las noticias (29,9 %), ni siquiera se mencionan estos conceptos.

En un 10,4 % de los casos, la variable se consideró no procedente de considerar debido a la naturaleza de la pieza, generalmente en piezas breves o colas que se limitan a mencionar eventos concretos.

Por último, la presencia de discursos negacionistas o desinformativos en los informativos televisivos es mínima. En el 96,3 % de las piezas (n = 158) no se detecta ningún tipo de discurso de odio, toxicidad o negacionismo vinculado al CC, es decir, se observa una cobertura respetuosa y alineada con el consenso científico.

Figura 9. Explicación de conceptos clave (%)

Fuente: Elaboración propia

El 3,7 % de las piezas (n = 6) donde se registran alusiones explícitas a discursos negacionistas se refieren, en su mayoría (n = 5), a una misma noticia: la intervención de un concejal del partido de extrema derecha VOX en un congreso científico sobre humedales celebrado en el marco de la Capitalidad Verde Europea de Valencia. En estas intervenciones se niegan o minimizan los impactos del CC o se cuestionan directamente tanto sus causas como sus consecuencias.

5. Discusión

El análisis de las 164 piezas informativas emitidas por los principales informativos de televisión en España revela una preferencia temática clara por el enfoque científico-técnico y meteorológico. Esta tendencia se refuerza con el análisis de las fuentes: más de la mitad de las citadas son de carácter científico. Así, la figura del científico se configura como la autoridad discursiva principal en la narración del cambio climático en televisión. Como señala el informe del Instituto Reuters 2024, además de ser la fuente más visible en los medios de comunicación de masas, los científicos siguen siendo la fuente más fiable en materia de cambio climático. Un 74% de las personas encuestadas en los ocho países analizados confía en ellos, muy por encima de la confianza mostrada en los gobiernos (41%) y en políticos y partidos (24%).

Las fuentes políticas y sociales tienen menor presencia en las piezas analizadas y los ciudadanos y activistas apenas toman la palabra. Los políticos son los siguientes actores más presentes siguiendo las dinámicas habituales en la construcción de la

agenda mediática y sin que esto se traduzca en el debate de políticas públicas, sino más bien en declaraciones reactivas o instrumentales, con escasa capacidad explicativa sobre estrategias de transición o justicia climática.

Esta tendencia observada en el análisis efectuado muestra el desplazamiento de las fuentes políticas por parte de los científicos. En estudios anteriores, se mostraba que los informativos televisivos tienden a apoyarse en fuentes institucionales (gobiernos, organismos internacionales, organizaciones no gubernamentales de gran tamaño) y en menor medida en fuentes científicas directas (Anderson, 2009; Boykoff, 2009).

El predominio del enfoque técnico y especializado resulta poco plural con una ciudadanía como espectadora en lugar de protagonistas de vivencias experienciales o críticas frente a los discursos institucionales y expertos.

Siguiendo con la comunicación de las causas, impactos y soluciones, son los impactos, con diferencia, los más visibilizado. Casi nueve de cada diez noticias incluyen referencias a los efectos, especialmente en el clima, la salud humana y la biodiversidad. Se refuerza así la percepción de que el CC es un fenómeno real y actual, pero apenas se habla de sus causas. Solo una cuarta parte de las piezas menciona los orígenes del fenómeno, y casi todas ellas aludiendo de forma genérica a las emisiones de GEI, sin entrar en los sectores responsables como el energético. En lo que respecta a las soluciones, el desequilibrio también es evidente. Las medidas de adaptación están más presentes que las de mitigación, pero en ambos casos predominan las piezas que no incluyen ninguna estrategia frente al CC. Además, las respuestas estructurales, como la transición energética o la transformación del modelo de movilidad urbano, aparecen marginalmente o están completamente ausentes.

Estos resultados coinciden con la anterior constatación de que la televisión enfatiza más las consecuencias que las causas del CC y presta menos atención a las soluciones (Feldman et al., 2011). Además, existe un sesgo hacia la cobertura episódica, centrada en eventos puntuales, frente a una cobertura temática que contextualice el problema como un proceso sistémico y de largo plazo (Boykoff y Boykoff, 2007). Sin embargo, estas dinámicas difieren de las halladas por Schirmag et al. (2025) en *Tagesschau*, el principal informativo televisivo en Alemania, en el que se habla de CC en el contexto del debate político sobre medidas de adaptación y mitigación a nivel nacional e internacional. En Alemania, en comparación con la política climática, los impactos del clima reciben una cobertura menos destacada. Schirmag et al. (2025) consideran que puede deberse a la falta de proximidad espacial de muchos de estos impactos climáticos, lo que puede limitar su relevancia para la audiencia y, por tanto, su valor noticioso, mientras que en el caso español muchos efectos se producen en nuestro territorio. Por ello, la cobertura analizada tiende a anclar el fenómeno en espa-

cios próximos y temporalidades inmediatas, lo que facilita la identificación emocional o territorial y favorece su percepción como un problema tangible. Aunque es acertado buscar la proximidad de los efectos del CC rompiendo con la percepción de que se trata de un fenómeno lejano o abstracto, tampoco hay que olvidar su dimensión global y sobre todo la escala continental, que sigue siendo escasamente integrada como espacio de gobernanza y toma de decisiones, a pesar del protagonismo que ocupa la Unión Europea en políticas climáticas. También la escasa proyección temporal observada en las noticias analizadas reduce la posibilidad de comprender el cambio climático como un proceso de consecuencias acumulativas e intergeneracionales.

Por otra parte, solo en algo más de una cuarta parte de las piezas se explican de manera clara y comprensible conceptos clave el nivel de comprensibilidad observado lo que indica una relativa capacidad de los informativos televisivos para ejercer una función educ comunicativa. Aunque el CC requiere de un tratamiento especializado, su traducción al lenguaje accesible es esencial. Sin embargo, en un tercio de las piezas ni siquiera se haga referencia a términos específicos, confirmando las limitaciones de la televisión para el tratamiento de temas complejos que requieren matices, profundidad y contexto, como señalaron Boykoff & Boykoff (2007) o Feldman et al. (2011).

Por último, los informativos televisivos analizados aparecen limpios de negacionismo y de escepticismo ante las evidencias físicas del CC y también frente a las medidas de mitigación y adaptación planteadas como soluciones, excepto por la reproducción de unas declaraciones de un político de VOX, lo que representa una diferencia en positivo de los informativos españoles en comparación con los programas analizados por Painter et al. (2023) en los que encontraron escepticismo ante las soluciones.

6. Conclusiones

El análisis de las piezas informativas emitidas por las principales cadenas de televisión en España revela una importante asimetría en cuanto a la cobertura de las causas, impactos y soluciones de la crisis climática. El desequilibrio entre la visibilidad de las consecuencias del fenómeno y la menor atención a sus orígenes y las medidas para mitigarlo o adaptarse afecta a la forma en que la ciudadanía interpreta la naturaleza del problema y su margen de acción.

La escasa presencia de las causas del CC en la cobertura televisiva supone una importante falta de contextualización estructural de la crisis climática al presentarla sin agentes ni responsabilidades claramente identificadas. El CC es un fenómeno que «ocurre» más que una consecuencia del sistema productivo.

Tampoco las soluciones se muestran en los informativos en la misma medida que los impactos, la dimensión del CC más abordada con diferencia, sobre todo en su vertiente puramente física o climática atendiendo en mucha menor medida a los efectos sociales, económico o geopolíticos. Si bien la cobertura de impactos puede contribuir a generar una percepción de urgencia, su falta de conexión con causas identificables y con medidas viables resta profundidad a la comprensión del problema y limita la capacidad de las audiencias para imaginar posibles alternativas.

Al mismo tiempo, la cobertura centrada en las fuentes científicas y políticos, con un déficit de voces ciudadanas, sociales, juveniles o educativas reproduce una imagen de un asunto gestionado desde arriba, con poco espacio para deliberación o la acción colectiva. También el estudio de la comprensibilidad de las noticias evidencia una limitada voluntad educomunicativa por parte de los informativos analizados. Aunque el CC es un tema de alta complejidad científica, sus fundamentos pueden y deben ser trasladados al lenguaje periodístico para su comprensión crítica. Obviar las explicaciones claras refuerza una lógica de cobertura centrada en el impacto o el dato aislado y debilita, por tanto, el potencial de los medios para contribuir a la alfabetización climática de la ciudadanía.

Como aspecto positivo, no aparece negacionismo en los informativos televisivos, más allá de algún caso vinculado a la intervención de un cargo público de extrema derecha. Sin embargo, la reproducción de este tipo de declaraciones de forma descriptiva como meros testimonios sin un apunte crítico de refuerzo explícito de la evidencia científica lleva a la normalización del negacionismo.

Las principales limitaciones de la investigación se refieren a su aproximación descriptiva. No se analizan aspectos discursivos más complejos como el encuadre visual y queda como punto de partida para el estudio de la recepción por parte de la audiencia. Aunque se da por sentado que el tipo de cobertura influye en la comprensión pública del CC, habría que plantear evaluaciones del grado de comprensión del asunto, la percepción de sus causas y consecuencias, y la disposición a adoptar comportamientos proambientales antes y después de exposiciones a contenidos concretos porque se entiende que la televisión, como medio de mayor alcance intergeneracional y con fuerte peso simbólico, tiene un papel clave en lo que podríamos denominar la ecologización de la esfera pública. Sin embargo, como señalan Ejaz, Mukherjee y Fletcher (2025), su capacidad para generar cambios de actitud o movilización es limitada. Para conseguir mayor impacto y construir posiciones subjetivas dispuestas a la acción, en términos de Carvalho (2010), la forma en la que informa sobre la crisis climática debe pasar del registro, alerta o espectáculo a un relato contextualizado y crítico que lleve a la concienciación e implicación ciudadana.

Referencias

- Ahern, Lee y Formentin, Melanie (2016). 'More is less: global warming news values on Fox compared to other U.S. broadcast news outlets'. En: *Electronic News*, Vol. 10, nº 1, 45–65. DOI: <https://doi.org/10.1177/1931243116628513>
- Anderson, Alison (2009). 'Media, politics and climate change: towards a new research agenda'. En: *Sociology Compass*, Vol. 3, nº 2, 166–182. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2008.00188.x>
- Boykoff, Maxwell T. (2008). 'Lost in translation? United States television news coverage of anthropogenic climate change, 1995–2004'. En: *Climatic Change*, Vol. 86, 1–11. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10584-007-9299-3>
- Boykoff, Maxwell T. y Boykoff, Jules M. (2007). 'Climate change and journalistic norms: a case-study of US mass-media coverage'. En: *Geoforum*, Vol. 38, nº 6, 1190–1204. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2007.01.008>
- Carvalho, Anabela (2010). 'Media(ted) discourses and climate change: a focus on political subjectivity and (dis)engagement'. En: *WIREs Climate Change*, Vol. 1, nº 2, 172–179. DOI: <https://doi.org/10.1002/wcc.13>
- ECODES (2022). Decálogo de recomendaciones para la comunicación del cambio climático. Fundación Ecología y Desarrollo. <https://ecodes.org/hacemos/cambio-climatico/movilizacion/medios-de-comunicacion-y-cambio-climatico/decalogo-de-recomendaciones-para-informar-sobre-el-cambio-climatico>
- Ejaz, Waqas; Mukherjee, Mitali y Fletcher, Richard (2025). *Climate change and news audiences report 2024: analysis of news use and attitudes in eight countries*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. DOI: <https://doi.org/10.60625/risj-vsly-zm64>
- Erviti Ilundain, M. Carmen y de Lara González, Alicia (2022). Las imágenes televisivas del cambio climático. Estudio de la cobertura de la Cumbre de Durban en los informativos españoles. En: *Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, Vol. 1, nº 10, 1467–1482. DOI: <https://doi.org/10.12795/comunicacion.2012.v01.i10.107>
- Feldman, Lauren (2016). Effects of TV and cable news viewing on climate change opinion, knowledge, and behavior. En: *Oxford Research Encyclopedia of Climate Change*. Oxford: Oxford University Press. DOI: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228620.013.367>
- Feldman, Lauren; Maibach, Edward; Roser-Renouf, Christine y Leiserowitz, Anthony (2011). Climate on cable: the nature and impact of global warming coverage on Fox News, CNN, and MSNBC. En: *The International Journal of Press/Politics*, Vol. 17, nº 1, 3–31. DOI: <https://doi.org/10.1177/1940161211425410>
- Gavin, Neil (2017). TV and cable news coverage of climate change. En: *Oxford Research Encyclopedia of Climate Change*. Oxford: Oxford University Press. DOI: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228620.013.360>

- Hansen, Anders y Machin, David (2013). Researching visual environmental communication'. En: *Environmental Communication*, Vol. 7, nº 2, 151–168. DOI: <https://doi.org/10.1080/17524032.2013.785441>
- Lester, Libby y Cottle, Simon (2009). Visualizing climate change: television news and ecological citizenship. En: *International Journal of Communication*, Vol. 3, 17–35. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/509/371>
- Mercado Sáez, María Teresa y Monedero Morales, C. Rocío (2025). Recomendaciones para informar sobre el cambio climático: un análisis de la cobertura de las conferencias de las Naciones Unidas en televisión (pp. 65-77). En: Lozano Ascencio, Carlos y Mercado Sáez, María Teresa (eds). *Comunicar la crisis climática*. Barcelona: Editorial UOC. <https://hdl.handle.net/10609/153823>
- O'Neill, Saffron J.; Boykoff, Maxwell T.; Niemeyer, Simon y Day, Sophie A. (2013). On the use of imagery for climate change engagement'. En: *Global Environmental Change*, Vol. 23, nº 2, 413–421. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2012.11.006>
- O'Neill, Saffron J. y Nicholson-Cole, Sophie (2009). "Fear won't do it": promoting positive engagement with climate change through visual and iconic representations. En: *Science Communication*, Vol. 30, nº 3, 355–379. DOI: <https://doi.org/10.1177/1075547008329201>
- Olausson, Ulrika (2009) 'Global warming-global responsibility? Media frames of collective action and scientific certainty'. En: *Public Understanding of Science*, Vol. 18, nº 4, 421–436. DOI: <https://doi.org/10.1177/0963662507081242>
- Painter, James (2013). *Climate change in the media: reporting risk and uncertainty*. London: Taurus y Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Painter, James; Richardson, Luke; Loy, Laura; Pinto, Jo; Vowles, Kate; Holmes, David; Ettinger, Joseph; Wetts, Rachel y Thomas-Walters, Laura (2023). Climate delay discourses present in global mainstream television coverage of the IPCC's 2021 report. En: *Communications Earth & Environment*, Vol. 4, nº 118. DOI: <https://doi.org/10.1038/s43247-023-00760-2>
- Schirmag, Till, Wedemeyer, Jens H., Stechemesser, Alexander et al. (2025). Neural topic modeling reveals German television's climate change coverage. En: *Communications Earth & Environment*, Vol. 6, nº, 441. DOI: <https://doi.org/10.1038/s43247-025-02402-1>
- Teso-Alonso, G. et al. (2025). Usos, aplicaciones y referencias a la inteligencia artificial en la comunicación mediática de la descarbonización y la transición ecológica. *VI Informe del Observatorio de la Comunicación del Cambio Climático*. ECODES. https://observatoriocomunicacc.es/wp-content/uploads/2025/07/VI-Informe_Observatorio_CCC.pdf
- Teso-Alonso, G. et al. (2024). La comunicación de la crisis climática y la transferencia social del conocimiento sobre la acción climática en medios e Internet. El rol mediador de los profesionales de la comunicación. *V Informe del Observatorio de la Comunicación del Cambio Climático*. ECODES. https://observatoriocomunicacc.es/wp-content/uploads/2024/04/2023_V_INFORME_OBSCC.pdf
- Teso-Alonso, G. et al. (2023). La comunicación del Cambio climático y de la transición ecológica. *IV Informe del Observatorio de la Comunicación del Cambio Climático*. ECODES. <https://observatoriocomunicacc.es/wp-content/uploads/2023/05/IV-INFORME-CAMBIO-CLIMATICO-2022.pdf>