

Lara-María ESPINAR

Universidad de Málaga. España. laramaria@uma.es. <https://orcid.org/0000-0003-2822-3663>

Sara LÓPEZ-GÓMEZ

Universidad de Málaga. España. saralogo22@uma.es. <https://orcid.org/0000-0002-7683-5157>

Dra. Lidia PERALTA-GARCÍA

Universidad de Castilla-La Mancha. España. Lidia.Peralta@uclm.es. <https://orcid.org/0000-0003-2934-0108>

La transición ecosocial en las cadenas generalistas de televisión en España: Presencia y temáticas

The eco-social transition in generalist television channels in Spain: Presence and Themes

Fechas | Recepción: 03/11/2023 - Revisión: 08/04/2023 - En edición: 25/04/2023 - Publicación final: 01/07/2023

Resumen

La transición ecosocial es la transformación de las sociedades hacia modos de vida armónicos con la naturaleza, especialmente en el contexto actual de crisis ecosistémica. Resultan fundamentales en este proceso las dinámicas y rutinas mediáticas relacionadas con la configuración de la agenda setting, avaladas por las teorías del framing y el priming, pudiendo los medios convertirse en un referente inspirador para la sociedad, o por el contrario actuar de parapeto, tal y como asumimos en este artículo. Esta investigación analiza la presencia de temáticas de transición ecosocial en las programaciones y los principales informativos de las cadenas generalistas de televisión con cobertura estatal en España: TVE1, La2, Antena3, Cuatro, Telecinco y LaSexta. El diseño metodológico se basa, por un lado, en el análisis cuantitativo de las parrillas de programación durante cuatro semanas. Por otro lado, se han analizado los informativos de las cadenas citadas, cuantificando aquellas noticias relacionadas con temáticas que puedan favorecer la transición ecosocial, ya sea por poner el enfoque en problemáticas ecosistémicas o por presentar alternativas de la economía circular, entre otros mecanismos. Los resultados muestran que solamente las cadenas públicas difunden programas de tipo ecológico, y en ningún caso esta programación supera el 2% del total de sus parrillas. En relación con la presencia en los informativos de cobertura nacional, no alcanza el 4% de sus contenidos. Esta ínfima incidencia indica que aún queda mucho por hacer. Investigación derivada de la aplicación de Irscom (Indicador de Rentabilidad Social en Comunicación, LabCOMandalucía, Universidad de Málaga) a cadenas de televisión.

Palabras clave

Transición ecosocial; cambio climático; medio ambiente; televisión; informativos, agenda setting

Abstract

The Eco-social transition is the transformation of societies towards ways of life in harmony with nature, especially within the context of the current ecosystem crisis. The dynamics and media routines related to the configuration of the agenda setting are fundamental to this process, supported by the theories of framing and priming. In this sense, the media might become an inspiring reference for society or, on the contrary, simply act as a parapet, as we indeed assume in this article. This study analyses the presence of eco-social transition themes in the programming and main news programmes of the general television channels with state coverage in Spain: TVE1, La2, Antena3, Cuatro, Telecinco and LaSexta. The methodological design is based, on the one hand, on the quantitative analysis of the programming schedules for four weeks. On the other hand, the news programmes of the aforementioned channels were analysed, quantifying those pieces of news related to topics that might favour the eco-social transition, either by focusing on ecosystem problems or by presenting circular economy alternatives, among other mechanisms. The results show that only the public channels broadcast ecological programmes, and nowhere does this programming exceed 2% of the total of their programming. In relation to the presence of these topics in the news with national coverage, it does not attain 4% of its content. This minimal incidence indicates that much remains to be done. Research derived from the application of Irscom (Indicator of Social Profitability in Communication, LabCOMandalucía, University of Malaga) to television channels.

Keywords

Eco-social transition; climate change; environment; television; news; agenda setting

1. Introducción ^[1]

La actual crisis climática, junto con la de la biodiversidad y el agotamiento de los recursos naturales, ha conducido a la humanidad a un colapso ecosistémico (a todos los niveles) sin precedentes en la historia de nuestras sociedades. Transicionar hacia lo ecosocial requiere un cambio drástico en nuestra forma de estar en el mundo, incorporando modos armónicos de relacionarnos con los ecosistemas y sus recursos. En palabras de Leff, la problemática medioambiental emerge como una crisis de civilización de la cultura occidental, de la racionalidad de la modernidad y de la economía del mundo globalizado. De acuerdo con el autor, "la cosificación del ser y la sobreexplotación de la naturaleza conducen al desquiciamiento del mundo, de igual forma que el pensamiento racional en su negación de la otredad conduce a la pérdida del sentido de la existencia" (2004: 9). En la génesis de la actual crisis planetaria está un modelo de "desarrollo" capitalista-neoliberal basado en el crecimiento económico infinito -a costa de los recursos de un planeta de recursos finitos-, que ha situado el beneficio económico en términos de acumulación y riqueza, por encima del bienestar social y ecológico, y que pone en jaque las condiciones para la vida humana y de otros seres en el planeta. Arturo Escobar habla de una necesidad urgente de liberar a la Madre Tierra, de reconstruir lazos entre seres humanos, seres no humanos y el Planeta, y de hacer florecer el Pluriverso, así como de la necesidad de un mundo hecho de muchos mundos (Escobar, 2018: 48-49).

La comunidad científica internacional coincide en que las actividades humanas acaecidas desde la revolución industrial han generado un cambio climático antropogénico que ha aumentado la temperatura del planeta 1,1°C y se espera que continúe aumentando en las próximas décadas, con repercusiones medioambientales y sociales como la pérdida y extinción de especies vegetales y animales, el aumento del nivel del mar provocando inundaciones y deterioros en los territorios, la disminución de la disponibilidad de agua potable, la desertificación de los suelos y la dificultad en el cultivo de alimentos, el incremento de eventos climáticos extremos, así como el desplazamiento de grupos humanos que ven en peligro sus condiciones de vida. Todas ellas situaciones que se ven agravadas a medida que las temperaturas se hacen más altas (Hoegh-Guldberg; Jacob y Taylor, 2018).

Iniciativas políticas como el Acuerdo Climático de París o el Pacto Verde Europeo proponen limitar las temperaturas globales a 1,5°C y alcanzar emisiones cero de gases de efecto invernadero para el 2050. Sin embargo, las medidas y su implementación por parte de los gobiernos firmantes siguen siendo insuficientes y no se están ejecutando con la rapidez necesaria (UNFCCC, 2021). Posturas más críticas consideran que son inadecuadas en la medida en que continúan enmarcadas dentro del modelo de desarrollo capitalista que es el origen de la problemática y que se ha encargado de vaciar de sentido el ecologismo a través de la idea contradictoria del desarrollo sostenible y el *greenwash* proveniente de compañías y gobiernos. Coinciden estas miradas en que las medidas deben ser concebidas desde un paradigma radicalmente diferente, sin limitarse al aspecto ecológico, e incluyendo el cuidado y respeto por la dignidad humana, la diversidad y la pluralidad étnica y cultural (Riechmann, 2005; Herrero, 2021; Chaparro et al., 2020).

El presente trabajo aboga por el concepto transición ecosocial, considerándolo como un proceso de transformación amplio, que no solo implica cambios para la reducción de los impactos ambientales, sino toda una reconsideración de nuestro paradigma cultural, de la forma en que entendemos y nos relacionamos con la naturaleza que nos rodea, siendo parte de esta los ecosistemas, todas sus formas de vida, los animales y el resto de seres vivos. La transición es hacia lo ecológico, pero debe ser cultural (cambio de paradigma de la Modernidad); económico-productiva (agotamiento del Capitalismo y la industrialización); y comunicativa (fin de la Comunicación para el Desarrollo). Abogo aquí por el término que ya acogieron numerosas autoras del ámbito, tales como Barranquero, 2011, 2012; Espinar, Peralta y Chaparro, 2019; Peralta, Chaparro y Espinar, 2019, 2021a, 2021b; González, 2019; Taibo, 2020; Chaparro et al., 2020; Espinar, Mora y López, 2022; y Herrera, 2022; entre otras. En definitiva, un:

Proceso de cambio en el modelo industrial y de consumo que implica una consideración ética de la dependencia humana de los ecosistemas. Participan de este proceso todas aquellas iniciativas sociales, económicas y profesionales que se constituyen como alternativas al sistema imperante, al plantear modelos de intervención igualitarios, justos y respetuosos entre las personas y el entorno. El objetivo se centra en situar el bienestar social como motor de la economía real (Chaparro et al., 2020: 63).

La transición ecosocial (eco, de ecológica; y social, porque requiere cambios en los modos de vida de las sociedades humanas), exige transformaciones fundamentales en dos grandes áreas: el modelo industrial de producción y consumo, por un lado, y la forma de relacionarnos con el planeta y el resto de los seres que lo habitan, por otro. Estos cambios deben estar orientados hacia un modo de vida armónico, simbiótico y respetuoso con la naturaleza. Ello requiere transformaciones drásticas en los modelos energético, de transporte, agrícola, alimentario, tecnológico, de la moda, de gestión de residuos y del uso de recursos naturales (Chaparro et al., 2020). Hablamos de un proceso colectivo,

inventivo y creativo sin precedentes, sustentado en la ética ecológica que le fundamenta y da sentido, la estética permacultural que le ofrece identidad y permite diseñar modos de antropización de respeto ecosistémico y la política ecosocial, que viabiliza nuevas formas de autoorganización social más resilientes (Albelda, Sgaramella y Parreño, 2019).

No existe una fórmula única para esta transición, ya que se encuentra en constante deconstrucción y construcción. Representa una búsqueda de sentido que se nutre de diversas epistemologías, nace de los territorios y se adapta a las necesidades de sus gentes. García Olivares y Carles López (2021) reconocen, por ejemplo, cuatro narrativas dentro del debate político actual de transición en el contexto occidental; tecno-optimismo economicista, capitalismo verde, *Green New Deal* y decrecimiento. Estas narrativas van desde el obviar la problemática climática o mostrar sus consecuencias como solucionables por la tecnología; pasando por el capitalismo verde o la transición a renovables sin alterar el sistema; hasta la postura decrecentista que defiende la necesidad de terminar con el modelo de crecimiento económico.

Mientras que desde una perspectiva opuesta a la idea occidental de desarrollo, Kothari et al., (2019) destacan alternativas que respetan y nutren la vida sobre la tierra, como los bienes comunes, el *Sumak Kawsay* o "Buen Vivir" de los pueblos originarios andinos, el *Swaraj* ecológico hindú, el ecofeminismo, el *Ubuntu* africano de la reciprocidad humana, así como cientos de alternativas transformadoras, respetuosas con la vida y los ecosistemas, que están siendo impulsadas desde diversos espacios comunitarios de base. La transición requiere reconocer las multi-epistemologías y multi-ontologías de nuestro mundo diverso, aprender de las soluciones de cada territorio y dar pie al intercambio de conocimientos y estrategias, como expresan Chaparro y De Andrés (2022).

Así, la comunicación para la transición ecosocial puede entenderse como la evolución discursiva de la problemática medioambiental que comenzó alertando sobre modificaciones climáticas, hasta derivar en la búsqueda de una transformación sistémica e integral de las formas actuales de habitar e interactuar con el planeta hacia modos ecosistémicos, ambiental y socialmente justos. En este proceso comunicativo intervienen múltiples actores; comunidad científica y académica, activistas y organizaciones medioambientales, representantes de las diversas industrias y sectores productivos, políticos, sociedad civil y medios de información. Todos ellos defienden la transformación desde sus propios campos de actividad (Mayer, 2016; Boykoff y Boykoff, 2007).

En cualquier caso, transicionar hacia lo ecosocial requiere de la implicación y la complicidad de los medios de comunicación e información. Su papel resulta fundamental en las dinámicas y rutinas profesionales relacionadas con la toma de decisiones, en la configuración de la agenda *setting*, avaladas por las teorías del *framing* y el *priming*, pudiendo convertirse en un referente inspirador para la sociedad, o por el contrario actuar de parapeto, tal y como asumimos en este artículo. La teoría de la agenda *setting* establece como hipótesis central que existe un fenómeno de transferencia de relevancia desde la agenda de los medios de comunicación e información hasta la agenda del público. Desde su formulación en los años 70 del siglo XX, el modelo explicativo de la agenda *setting* de asuntos (primer nivel) se ha ido ramificando para poder explicar la transmisión de la agenda de los atributos (segundo nivel) y la agenda de redes –o relaciones– (tercer nivel) (Ardévol, Gil de Zúñiga y McCombs, 2020).

Son numerosos los estudios que han tomado la agenda *setting* como marco teórico general para determinar qué cobertura mediática reciben temáticas tan diferentes como el uso de anabólicos (Agulló, Castelló y Valderrama, 2014), la presencia de líderes populistas en Twitter (Alonso-Muñoz y Casero-Ripollés, 2018), el acoso escolar (Blanco y Cano, 2019), los problemas más importantes que se reflejan en la información local en una ciudad como Pamplona (Canel, Llamas y Rey-Lennon, 1996), la crisis fronteriza colombo-venezolana (Cárdenas, 2017), el tratamiento informativo de la migración de origen marroquí en televisión (Codinach, 2015), o análisis comparativos sobre el *issue* de las mujeres (Gómez, 2014), entre otros. Gran parte de estos estudios se sustentan bajo el prisma del concepto de "relevancia" o *salience* (Dearing y Rogers, 1996: 8) que adquieren, o no adquieren, los temas de actualidad. La *salience* del tema genera una jerarquización, ya que no todos los *issues* tienen la misma importancia (Macedo, 2016). Wanta y Wu (1992) manifiestan que cuanto mayor es la cobertura de un tema en los medios, mayor es el interés de la población sobre ese tema. Para McCombs (1985), ese establecimiento de la relevancia entre el público, situando un tema en su repertorio de manera que se vuelve el foco de su atención y de su pensamiento –y, tal vez, de su acción– constituye el nivel inicial en la formación de la opinión pública.

Por su parte, Iyengar, Shanto y Zinder (1993) demostraron que las notas que aparecen primero en un informativo tienen mayor peso simplemente por su ubicación. Estudios posteriores han demostrado que en la recepción de los mensajes mediáticos también han de tenerse en cuenta otros factores, más allá de la tematización y jerarquización, que determinan la penetración de la agenda, como el nivel educativo de las personas, los ingresos económicos, el sexo y el nivel de uso de los medios

de comunicación (Roiz, 2003). Los estudios sobre la agenda *setting* apuntan a tres fases principales en su constitución: inicio, con la presencia de un tema u objeto del estudio; desarrollo del *issue* en un período; y desaparición del tema en las agendas. De cara al sustento teórico y la discusión sobre los resultados de nuestro estudio, nos resulta de interés considerar la presencia de cinco principales factores que afectan el proceso de *agenda setting* en las personas receptoras: 1) el marco temporal, 2) la naturaleza de los temas, 3) valores demográficos, 4) tipo de medio de comunicación y 5) otros factores (Rodríguez, 2004).

Al margen de estas teorías mediáticas, la psicología aporta tesis suficientes que explican las resistencias por parte de la población a reconocer realidades difíciles, por muy incontestables científicamente que sean. Se trata de la disonancia cognitiva o aquella defensa reactiva desde la zona de confort aumentada por la desconexión de la realidad que provoca la conexión a las redes sociales digitales, que vienen a reafirmar conductas no siempre racionales. Circunstancia que las agendas mediáticas profundizan para sostener estados de opinión contrarios a reconocer la situación de crisis planetaria y la necesidad inevitable de adoptar transformaciones en nuestros modos de vida. Estas circunstancias obligan a reforzar las estrategias pedagógicas en la información (Chaparro y De Andrés, 2022).

De acuerdo con Moser (2016) y con Chapman, Lickel y Markowitz (2017), entendemos que en este contexto, el papel de los medios de comunicación e información en la construcción simbólica sobre temas de transición ecosocial resulta fundamental, en la medida en que sitúa la problemática en el debate público y genera encuadres informativos desde los cuales esta cuestión es narrada y debatida en el espacio público.

2. Estado del arte

De todos los temas que forman parte de las transiciones ecosociales, el cambio climático es el que mayor atención ha acaparado, tanto en círculos académicos como por parte de instituciones y activistas. La publicación del informe "Brundtland" por la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas en 1987, la publicación del primer informe del IPCC en 1990 y la celebración de la "Cumbre de la Tierra" de la ONU en Río de Janeiro en 1992, se reconocen como acontecimientos que dieron lugar a la aparición del cubrimiento informativo del cambio climático, e incentivaron el interés investigativo en este campo. En su metaanálisis a estudios sobre comunicación del cambio climático, Schäfer y Schlichting identificaron que de 1990 a 2010 las investigaciones se habían incrementado de manera exponencial, provenientes mayoritariamente de países del norte global, utilizando metodologías como estudios de caso, análisis longitudinales y comparativas entre medios, siendo en un principio los periódicos impresos los más analizados, hasta que del año 2000 en adelante, el interés aumentó, tanto en los formatos online, como en los programas de televisión y radio, aunque en estos últimos de manera más discreta (2014).

A pesar de la evidencia, algunos estudios ponen de manifiesto otros aspectos de la percepción ciudadana respecto al cambio climático: los riesgos aparecen como distantes y las responsabilidades se atribuyen principalmente a industrias y gobiernos, minimizando la importancia de las acciones individuales (Peralta y Ouariachi, 2015). Además, las informaciones suelen estar altamente politizadas, contrarias muchas veces desde un extremo ideológico al otro, prestando especial interés a declaraciones de políticos/as y activistas climáticos/as, lo que desvía la atención de otras cuestiones relevantes del debate (Castillo y López, 2021). En este sentido, los trabajos de autores como McKeown y Hopkinks (2013), Moser y Dilling (2011) o Schäfer (2012), que han realizado investigaciones con metodologías más cualitativas, llegan a conclusiones similares, enfatizando la importancia y necesidad de acción social para reducir el problema. Estos autores basan su hipótesis en la inexistencia de una producción de contenidos adecuada y eficaz con relación al cambio climático. Cooper lo describe como la influencia no intencionada de los medios de comunicación e información: "traditional informal science education methods are unable to adequately educate the public about controversial topics such as climate change because numerous sources of information counter or distort, rather than reinforce or clarify, scientific knowledge" (2011: 233). Cebrián, Segalás y Hernández (2019), definieron la necesidad de establecer indicadores para evaluar la competencia en sostenibilidad de la ciudadanía determinando la ausencia de desarrollar rúbricas específicas para cada competencia y adaptarlas a diferentes programas y contextos.

Investigaciones recientes indican que la población presta más atención a la información del cambio climático emitida por la televisión convencional que a ninguna otra fuente de información (35%); seguida de los sitios web de los principales medios, televisión, radio y prensa online (15%); los sitios web de medios especializados en el clima (13%); las redes sociales virtuales y los blogs (9%); y por último, las conversaciones con amigos y familiares como fuentes de información (6%) (Newman et al., 2020). Estudios sobre el cubrimiento del cambio climático en los informativos, así como en las programaciones de las cadenas de televisión son más escasos, pues éstos se dirigen principalmente a medios en formato online, con mayor énfasis en la prensa digital.

Pocas investigaciones se han centrado de forma específica en la cobertura informativa y de contenidos en televisión, algo que resulta relevante como punto de partida en este estudio. Bruzzo y Guido (2012) analizaron el discurso ecológico en la televisión pública de Brasil, encontrando que estos programas suelen partir de nociones comunes e ideas preconcebidas por parte de la audiencia donde existe poco, o nulo debate y no se interpela al espectador en ningún momento. De esta manera, problemas tan complejos como la protección de zonas "calientes" en la Amazonia brasileña invisibilizan las múltiples disputas, intereses y conflictos entre población indígena, campesina y el extractivismo en la zona, omitiendo las responsabilidades por parte del gobierno y relegándolas a la población local.

Otros abordajes se han centrado en analizar el encuadre del asunto energético en la televisión española, particularmente de *La Sexta*, evidenciando que cuando se trataba esta cuestión correspondía a sucesos vinculados con incendios y subidas del precio de la luz, donde el protagonismo absoluto se daba a periodistas y no a periodistas especializados/as, ciudadanos/as o expertas y expertos ecologistas. Además, los relatos informativos ostentaban importantes ausencias, como cuestiones medioambientales o la pobreza energética que padecen las personas (Mercado y Monedero, 2017). En relación con la divulgación medioambiental televisiva en España, cabe destacar un estudio de caso del programa *El escarabajo verde* realizado por Llano y Jiménez (2020). Este programa se emite desde el año 1997 hasta la actualidad, mostrando, además del valor añadido de su continuidad en el tiempo, una capacidad de adaptación a nuevos lenguajes periodísticos y digitales, así como una apuesta integral de contenidos relacionados con la conservación, los estudios del medio acuático y el tratamiento de residuos ("líneas verde, azul y marrón", respectivamente). De acuerdo con los autores, el programa puede ser considerado como "modélico" en lo que respecta a la conservación medioambiental en el país, aunque en pocas ocasiones establece relaciones causa-efecto entre cambio climático y el modelo de desarrollo económico.

Conviene además recordar el surgimiento de iniciativas internacionales de investigación interuniversitarias, como el Observatorio de Medios de Comunicación del Cambio Climático, por sus siglas en inglés, MECCO¹¹, que recopila información periódica de la cobertura mensual del cambio climático en 126 fuentes entre periódicos, radio y televisión de 58 países de todos los continentes, reflejando el nivel de presencia del cambio climático en la cobertura mediática mundial. Los últimos informes sugieren que 2019 fue el año histórico de mayor cubrimiento mundial del cambio climático en medios, con temáticas vinculadas al movimiento juvenil *Fridays for Future*, el informe de la ONU sobre biodiversidad, sucesos como la subida del nivel del mar en el Mediterráneo y la ola de calor en Europa, la Cumbre del Clima de las Naciones Unidas COP 25, Chile-Madrid, entre otras. Sin embargo, en diciembre de ese año y a raíz de la pandemia de la Covid-19, el cubrimiento de la crisis climática decayó varios puntos, llegando al nivel propio de años como 2010, lo que supone un retroceso en los avances alcanzados (Boykoff et al, 2020). Esta casuística prueba la escasa relación que los medios establecen entre fenómenos sistémicos derivados de la degradación medioambiental, como la expansión de la Covid-19, y el modelo económico.

En el panorama español, Fernández, Piñuel y Vicente (2015) mencionan que la cobertura mediática en el país es similar a la observada en la prensa occidental, que incrementa con la presencia de eventos políticos como Cumbres del Clima y publicaciones de informes científicos. Por otra parte, estudios de Teso y Lozano (2022) indican que en lo que concierne a la comunicación *online* del cambio climático en el país (excluyendo a las redes sociales), las principales fuentes de información son la prensa generalista, la prensa especializada, las instituciones que no son medios de comunicación e información (asociaciones sectoriales, empresas e instituciones oficiales), las agencias de noticias, los portales de medios, y los sitios web de radio y televisión.

Esta mayor frecuencia de informaciones sobre el cambio climático proveniente de la prensa *online* coincide con los enfoques investigativos actuales. Los estudios de caso a la cobertura de diarios como *El País*, *La Vanguardia*, y *El Mundo* son los más comunes, incluyendo a aquellos que analizan las informaciones durante los periodos de las Cumbres. Los análisis a estos medios incluyen la representación visual de las noticias del cambio climático -con resultados que evidencian la preponderancia de imágenes de políticos como del ex presidente de Estados Unidos, Donald Trump (García y Navarro, 2020) y la terminología usada en las informaciones -con resultados que reflejan un mayor uso de las expresiones "crisis y emergencia climática" a partir del informe del IPCC "Calentamiento Global de 1.5°C" de 2018. Aunque "cambio climático" continúa siendo la acepción más usada (Ervti, 2020).

Por otro lado, destacan los estudios que vinculan al Grupo PRISA, propietario del diario *El País*, con empresas del ámbito de los combustibles fósiles como el grupo argentino YPF, ya que estos han desencadenado un tratamiento diferenciado de la cuestión climática a raíz del conflicto de intereses de sus propietarios/as (Moreno, 2018).

Por su parte, Vicente y López (2022), que han realizado un estudio sobre el cine en torno a la emergencia climática, sostienen que el relato cinematográfico presenta las mismas deficiencias narrativas que

el discurso informativo, perdiendo así una valiosa oportunidad para transmitir valores sostenibles. Profundizan además en el papel secundario que, mayoritariamente, recibe el discurso científico en los medios, tanto en los géneros informativos como en la ficción. Para los autores, la imagen que transmiten los noticieros televisivos se construye a partir del prestigio de la persona científica, idea que se refuerza con el mantenimiento de una distancia expresiva y emotiva respecto a los temas tratados, propia del patrón dominante en la investigación. Sus intervenciones no buscan el conflicto ni la discusión, sino que permanecen en un plano predominantemente expositivo, un detalle que hace necesario recurrir a voces adicionales capaces de movilizar los componentes más emotivos de la audiencia. Por su parte, el discurso científico en el ámbito cinematográfico, a diferencia del informativo, se centra en catástrofes espectacularizadas, o sobre las disputas a nivel político, propias de las cumbres, pero nunca o casi nunca en las causas que vendrían a cuestionar el modelo económico (Vicente; Vicente, 2014: 146).

Otros estudios han puesto el foco en la falta de relevancia en la prensa española de la responsabilidad de la agricultura animal en la crisis climática, con soluciones propuestas por los medios que están alejadas de las transformaciones necesarias para la transición ecosocial, donde el discurso carnista continúa siendo dominante (Moreno y Almirón, 2021).

El estado del arte muestra la centralidad del cambio climático entre las temáticas preferentes de las transiciones ecosociales y pone de manifiesto la importancia del lenguaje y sus eufemismos como objeto de estudio. Esta revisión nos deja espacio para abordar nuestro trabajo desde un aporte con tres matices diferenciadores.

En primer lugar, partimos de un concepto amplio de transición ecosocial, que va mucho más allá del cambio climático. Hemos dado cuenta de ello en varias publicaciones (Peralta, Chaparro y Espinar, 2019a, 2021a, 2021b; Espinar, Chaparro y Peralta, 2019), así como en la *Guía de Transición Ecosocial y Principios Éticos para Nuestros Medios* (2020) que contiene un elenco de consideraciones destinadas a los medios de comunicación e incluye una perspectiva más holística. Entre sus funcionalidades destacan: a) abordar las problemáticas derivadas del modelo de consumo actual desde la justicia climática, identificando las comunidades y colectivos que se ven más vulnerados por la crisis, como las mujeres y niñas, poblaciones empobrecidas, personas con diversidades funcionales, comunidades indígenas y campesinas; b) utilizar estrategias educomunicativas con enfoque en la ética y el respeto por las formas de vida y las diversidades, que puedan aportar información epistemológica sobre el entendimiento de causas, las consecuencias y las posibilidades de acción antes las llamadas "crisis", así como visibilizar prácticas e iniciativas de transición ecosocial para que el cambio se pueda dimensionar como posible y cercano. La *Guía* recomienda fomentar narrativas sobre la expansión de cooperativas de energía limpia y el sector de las energías renovables, la banca ética y/o monedas locales que favorezcan el comercio local y el trueque, los huertos agroecológicos, las cooperativas agroalimentarias, las industrias proveedoras artesanas, los grupos de consumo colaborativos, las iniciativas de producción, distribución y consumo de productos ecológicos, el impulso del transporte colectivo, los proyectos de mejora y recuperación de la biodiversidad, los bancos de semillas, los proyectos de ecoturismo, y las iniciativas para la disminución del plástico, entre otras (Chaparro et al., 2020).

En segundo lugar, la investigación que protagoniza este artículo se centra en el medio televisivo, siendo la prensa el medio que más atención ha recibido hasta el momento (Preston, 2009). Según un informe español de 2017, emitido por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), el 72,2% de la ciudadanía española se informa a diario a través de la radio o la televisión, mientras que solo el 30% lee la prensa. La televisión pública, se constata, sigue desempeñando, especialmente en los momentos críticos, un papel central en las sociedades europeas (Palmerly y Rowland, 2011).

En tercer lugar, nuestro trabajo parte de la aplicación de indicadores a los medios de comunicación e información. En este sentido, cabe recordar que la rendición de cuentas lleva décadas considerándose como el sello distintivo de la gobernanza moderna (Bovens, 2010; Day y Klein, 1997). El grupo de investigación que lo avala, LabCOMandalucía²¹, de la Universidad de Málaga, creó en el año 2012 el Indicador de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM), una herramienta que evalúa el trabajo social que están realizando los medios, señalando las debilidades y fortalezas de cada uno de ellos a través de una puntuación numérica por campos. Los campos de estudio giran en torno a las siguientes variables: gestión, recursos humanos, articulación territorial, programación y presencia en internet. Este indicador ha sido adaptado y aplicado con éxito a la radio comunitaria, la radio pública local y a las cadenas de radio comercial en España. Actualmente se encuentra en fase de aplicación a las televisiones generalistas públicas y privadas de cobertura nacional. Asimismo, cuenta con réplicas en otros países y regiones: Castilla-La Mancha, Murcia, Colombia y Francia, entre otras. Esta investigación forma parte de los resultados obtenidos de la aplicación del indicador IRSCOM a las cadenas de televisión públicas y privadas generalistas con cobertura estatal en España. Un indicador

que otorga una gran importancia, entre las más de 30 variables que evalúa, a aquellas relacionadas con un trabajo mediático de concienciación medioambiental y de transformación ecosistémica (Investigación enmarcada en la aplicación del IRSCOM a cadenas de televisión: Proyecto UMA18-FEDERJA-187).

3. Objetivos y preguntas de investigación

Nuestro objetivo principal reside en constatar la presencia de temáticas ecosociales en las cadenas de televisión estatales y generalistas en España (*TVE1, La2, Antena3, LaSexta, Telecinco y Cuatro*), de titularidad pública y privada, tanto en las programaciones como en los principales informativos de dichas cadenas. Para acometerlo, contemplamos las siguientes preguntas de investigación, divididas en dos bloques:

En relación con los programas especializados: ¿hasta qué punto y con qué temáticas específicas están presentes los temas de transición ecosocial en las cadenas de la muestra?, ¿Existe alguna diferencia entre las agendas temáticas de las cadenas privadas y las públicas?, ¿Qué programas en concreto tienen presencia en la parrilla?, ¿Qué importancia dan las cadenas a este tipo de programas en función de franja de emisión, duración y la tematización/jerarquización de sus contenidos?, ¿Existen programas con entidad propia como una señal de ambientalismo o se presentan más bien estas temáticas de forma transversal en otros contenedores programáticos?, ¿Pueden apreciarse preferencias en cuanto a los géneros o formatos televisivos desde los que se abordan estas temáticas?

En relación con los informativos: ¿qué implicaciones cuantitativas tiene, en relación con la agenda *setting*, el número de noticias de temática ecológica y de transición ecosocial?, ¿Varía el comportamiento en función de la titularidad del medio?, ¿Qué lugar ocupan estas temáticas en relación con otros temas de la agenda informativa y hasta qué punto las temáticas ecológicas se ven eclipsadas por otros *issues* de la actualidad?, ¿Qué ha de reunir un tema de carácter medioambiental para adquirir *salience* o relevancia noticiosa?, ¿Qué comportamiento general despliegan este tipo de noticias?, ¿Alertan, concientizan, presentan alternativas al modelo imperante?, del elenco de temáticas relacionadas con transiciones ecosociales, tal y como describimos en la metodología, ¿cuáles tienen más incidencia, más allá de la hegemonía temática del cambio climático?

Partimos de la hipótesis de que dichos temas están infra-representados y desatendidos, elucubrando sobre las implicaciones que pueden derivarse desde la perspectiva de la función social de los medios.

4. Metodología

El eje central metodológico recurre al análisis de contenido, centrándose en el peso cuantitativo – con aportes cualitativos- de las programaciones y los informativos de temáticas relacionadas con transiciones ecosociales. La muestra incluye las cadenas públicas y privadas de televisión generalistas con cobertura estatal: *TVE1 y La 2* (públicas); *Antena Tres y La Sexta* (privadas, grupo A3Media); *Cuatro y Telecinco* (privadas, grupo Mediaset). Se ha realizado un seguimiento de las cadenas durante cuatro semanas no consecutivas, para evitar solapamientos temáticos ante cualquier *issue* relevante o saliente, según los principios de las agendas *setting* imperantes, que pudiera descompensar o desajustar los resultados, dando un margen de tiempo suficiente para que los contenidos de los informativos atravesaran las diferentes fases anteriormente expuestas, y que los programas especializados mostraran su presencia continuada o discontinua en las parrillas televisivas. Estas son las semanas en las que se ha aplicado el análisis de contenido: semana 1 - del 15 al 21 de marzo de 2021; semana 2- del 12 al 18 de abril de 2021; semana 3- del 6 al 12 de septiembre de 2021; y semana 4- del 26 al 30 de septiembre, 1 y 2 de octubre de 2021.

Durante este período se ha estudiado la programación completa de las seis cadenas, por un lado; y los informativos de la noche, por otro. La elección del informativo de la noche viene motivada por tratarse de aquel que más noticias recoge a lo largo del día: juntando las agendas de la mañana y el mediodía con las informaciones generadas en la tarde. El análisis de informativos no se ha aplicado a *La 2*, pues no cuenta con informativo diario.

En total se han analizado 24 parrillas semanales (cuatro por cada cadena en cada una de las semanas del análisis), de lunes a viernes, considerando todos los programas durante las 24 horas del día. El número total de informativos analizados es de 120 (28 de cada cadena, a excepción de *Cuatro*, que sólo emite informativo los fines de semana, por lo que en este caso sólo se han contabilizado los ocho presentes en la parrilla). En total, 2909 noticias, de las cuales: 156 son de *Cuatro*; 602 de *TVE1*; 671 de *Telecinco*; 717 de *La Sexta*; y 763 de *Antena Tres*.

Tabla 1. Pautas de análisis: parrillas e informativos trabajados

	TVE1	La 2	Antena 3	La Sexta	Telecinco	Cuatro
Número de parrillas analizadas						
15-21/03/2021	1	1	1	1	1	1
12-18/04/2021	1	1	1	1	1	1
6-12/09/2021	1	1	1	1	1	1
26-2/10/2021	1	1	1	1	1	1
TOTAL	4	4	4	4	4	4
Número de informativos analizados						
15-21/03/2021	7	0	7	7	7	2
12-18/04/2021	7	0	7	7	7	2
6-12/09/2021	7	0	7	7	7	2
26-2/10/2021	7	0	7	7	7	2
TOTAL	28	0	28	28	28	8

Fuente: investigación COMandalucía/Elaboración propia

El análisis de las programaciones se ha realizado a través de la web de las televisiones, donde se publica la programación prevista para cada día, así como una explicación de los contenidos y temáticas generales de cada franja televisiva. En función de estas "cartas propias de presentación" se ha realizado un primer vaciado de aquellos programas que con carácter general pretenden favorecer las transiciones ecosociales al abordar o presentar temáticas sobre ecología, medioambiente u otros temas relacionados como las problemáticas ecosistémicas o alternativas de la economía circular, entre otras. La metodología se ha apoyado en el uso de una ficha de análisis de contenido en la que hemos contemplado las siguientes variables: nombre del programa, breve descripción de objetivos y contenidos, tiempo de emisión semanal y porcentaje que representa del total de la programación.

Por otro lado, para analizar la presencia de temáticas de transición ecosocial en los informativos, se ha recurrido a una tabla de análisis específicamente diseñada para esta investigación, en la que se han clasificado cada una de las noticias del informativo analizado (excluyendo las secciones de Deportes y Meteorología), según los siguientes ítems de estudio: canal de televisión, fecha de emisión del informativo, orden de aparición de la noticia, duración, titular, breve descripción, temática, territorio y alcance territorial.

El análisis de las informaciones se ha realizado cuantificando el número de noticias emitidas y clasificándolas en base a su temática partiendo de las siguientes veinte categorías generales: autopromoción; ciencia y tecnología; cultura; derechos animales y de la naturaleza; derechos humanos; economía; ecología y transición; educación; género; judicial; derechos LGTBIQ+; memoria histórica; meteorología; migraciones; ocio y tiempo libre; política; sanidad; campo y sector primario; sociedad; sucesos. Esta clasificación de las noticias es la usada en el proceso de aplicación de la herramienta IRSCOM para determinar algunas de las variables de medición que considera la herramienta. La división de los informativos en bloques temáticos, tal y como fueron configurados en la aplicación del indicador IRSCOM-TV-CAD, nos ha permitido aislar y consensuar el peso específico de las informaciones con temática de transición ecosocial. El resto de categorías no relacionadas han sido usadas para establecer comparativas y porcentajes.

5. Resultados

5.1. La transición ecosocial en las programaciones

En este apartado damos cuenta de los programas específicos sobre temáticas relacionadas con el medio ambiente. La Tabla 2 muestra el número de programas localizados, su nombre, el tiempo semanal que se sostienen en la parrilla y el porcentaje de este tiempo en relación con el conjunto de la programación de cada cadena.

Tabla 2. Programas con contenidos de transición ecosocial por cadena

Tv	Nº programas	Nombre de los programas	Tiempo semanal	Porcentaje semanal
TVE	1	<i>Aquí la Tierra</i>	180 min.	1,78%
		<i>El Escarabajo Verde</i>	60 min.	0,59%
La 2	3	<i>El Señor de los Bosques</i>	65 min.	0,64%
		<i>Reduce tu huella</i>	55 min.	0,54%
Antena 3	0	No se identifican	0	0%
Cuatro	0	No se identifican	0	0%
Telecinco	0	No se identifican	0	0%
La Sexta	0	No se identifican	0	0%

Fuente: investigación LabCOMandalucía/Elaboración propia

Durante las cuatro semanas de análisis, TVE ha estado emitiendo el programa *Aquí la Tierra* (TVE, 2014-), un espacio de 30 minutos conducido por Jacob Petrus, geógrafo especializado en climatología, que ofrece una “mirada inédita y entretenida de nuestro planeta”. El programa gira alrededor de la meteorología y el clima, mostrando que todo el sistema, desde la salud, la arquitectura, nuestra conducta o incluso el arte y la economía, está condicionado por la climatología. Para ello cuenta con personas expertas, así como invitadas del mundo del arte o el deporte. Aunque la temática específica del programa es la meteorología, ésta lleva aparejada la problemática del cambio climático. Teniendo en cuenta que se emite de lunes a viernes previamente a un espacio con tanto seguimiento como es el informativo de la noche (entre las 20.30 y las 21.00 horas), y pese a sus numerosas contradicciones, se conforma claramente como un espacio importante de divulgación y concienciación sobre el cambio climático y sus consecuencias en todos los ámbitos de la vida y en el planeta.

Como programas específicos, durante la primera y segunda semana de análisis (marzo y abril de 2021), *La 2* emitió dos programas de temática ecológica: *El Escarabajo Verde* y *El Señor de los Bosques*. Durante la tercera y cuarta semana de análisis (septiembre y octubre de 2021), continuó la emisión de *El Escarabajo Verde*, cesó *El Señor de los Bosques* y se detectó la emisión de *Reduce tu Huella*.

El Escarabajo Verde (TVE2, 1997-) es un clásico en la segunda cadena de la Televisión Española. Se trata de “un magacín sobre ecología y medio ambiente, que se centra en las relaciones que la humanidad establece con su entorno”. Cada programa de 30 minutos analiza un tema diferente de la actualidad, siempre desde una perspectiva divulgativa y en formato de reportaje periodístico. Los últimos programas emitidos a fecha del análisis tratan sobre cómo afecta la excesiva iluminación a los seres vivos, experiencias artísticas que dialogan con el paisaje, el futuro de una aviación más verde, la reserva natural de Columbretes y un análisis del estado de salud de cuatro especies de corales, entre otros muchos. *El Escarabajo Verde* lleva en antena desde 1997, actualmente bajo la dirección de Eduardo La-Plaza.

El Señor de los Bosques (TVE2, 2017-2021) se define como un “programa de entretenimiento y divulgación de todo aquello que nos ofrecen los bosques”. Durante las dos primeras semanas de análisis (marzo y abril) se estuvo emitiendo los domingos a partir de las 18.30 horas, con una duración aproximada de una hora. El programa, que tiene seis temporadas, recorre en cada episodio los principales ecosistemas del país. De nuevo, aunque la temática gira en torno al cuidado y concienciación ecológica, existen contradicciones, por ejemplo, el apoyo del monocultivo del castaño como oportunidad comercial en uno de los programas emitidos.

Por último, y también emitido en *La 2* durante las dos semanas analizadas en septiembre y octubre de 2021, se emitió el programa *Reduce tu huella* (TVE2, 2020-), cada sábado a las 18.30 horas. En este espacio, la periodista Adela Úcar viaja por España para encontrar “proyectos y personas dispuestas a revertir los daños que nuestra especie está causando en el planeta y hacer del mundo un lugar mejor: nuevas energías, economía circular, residuos que cobran una nueva vida, recuperación de especies autóctonas, etc”. Un total de 23 capítulos están disponibles en la web de RTVE^[3].

5.2. La transición ecosocial en los informativos

Este apartado muestra los resultados del segundo bloque de análisis destinado a detectar contenidos en materia de ecotransiciones en los informativos de la muestra, como se refleja en la Tabla 3. En este caso, no existen resultados de *La 2* pues no cuenta con emisión de informativo diario.

Tabla 3. Número de noticias de temática ecosocial y porcentaje que representan del total*

Cadena TV	Nº noticias total	Nº noticias ecosocial	% que representan**
TVE 1	602	16	2,7%
Antena 3	763	6	0,8%
Canal Cuatro	156	5	3,2%
Telecinco	671	17	2,5%
La Sexta	717	14	2%
TOTALES	2.909	58	1,99%

*Las cifras hacen referencias al total de las cuatro semanas del período de análisis *

* Porcentajes redondeados

Fuente: Elaboración propia/ investigación COMandalucía

Si se analiza cada cadena de forma separada, la que más atención presta de manera proporcional al tema es *Canal Cuatro*, con un 3,2% (cinco noticias de un total de 156 analizadas); seguida de *TVE 1* con un 2,7% (16/602); *Telecinco*, 2,5% (17/671) y *La Sexta*, con un 2% (14/717). Bastante lejos queda *Antena 3*, con un 0,8% de atención a temáticas ecológicas en su informativo, tan sólo seis noticias de 763 emitidas.

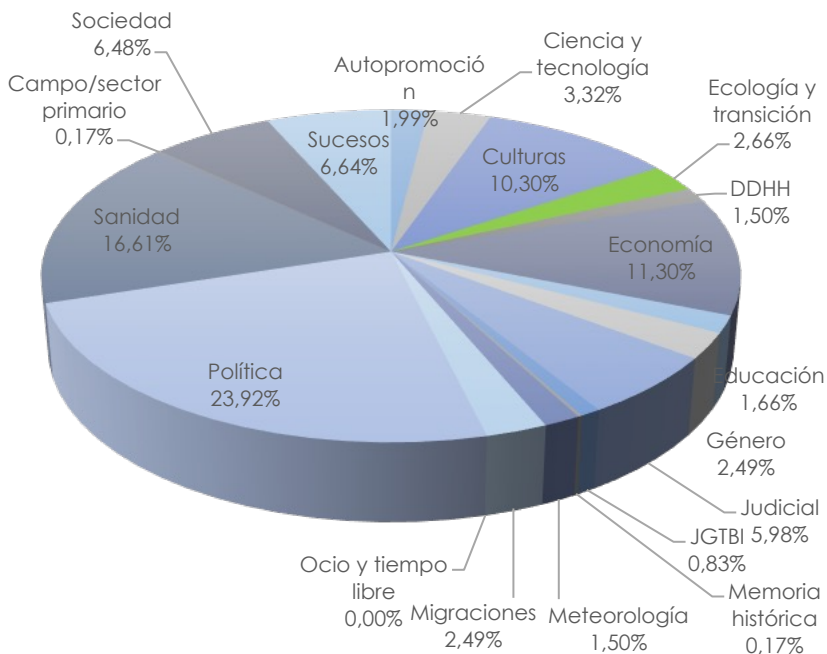
Las temáticas mayoritarias de los informativos son: "sanidad", temática principal en *Antena 3*, *Cuatro* y *Telecinco*; y secundaria en *Tve1* y *La Sexta*; "política", primera temática en *Tve1*, segunda en *Antena3* y tercera en el resto de las cadenas; y "sucesos", que es la temática más concurrida en *La Sexta*, segunda en *Cuatro* y *Telecinco*, tercera en *Antena3* y quinta en *Tve1*. Por su parte, las temáticas con menor representación en los informativos son, de menor a mayor grado de aparición: "memoria histórica", "derechos de los animales y de la naturaleza", "campo y sector primario", "ocio y tiempo libre" y "educación".

Las noticias relacionadas con la transición ecosocial representan la 9ª temática con más presencia de un total de las 20 categorías temáticas establecidas en el caso de *Tve1* y de *Canal Cuatro*; la 12ª/20 en *La Sexta*; 15ª/20 en *Antena3* y 16ª/20 en *Telecinco*.

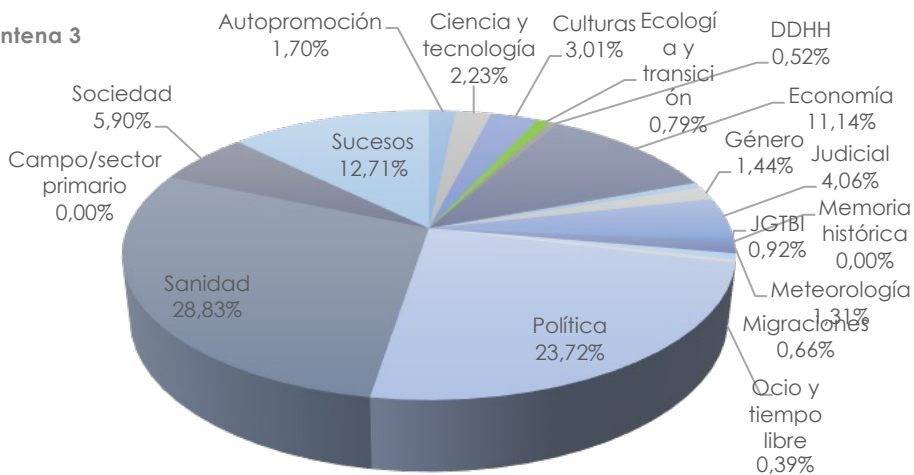
La representación de las informaciones sobre temáticas de transición ecosocial se expone en color verde en el siguiente gráfico múltiple por cadenas, que muestra la representatividad de todas las temáticas que se dan en los informativos.

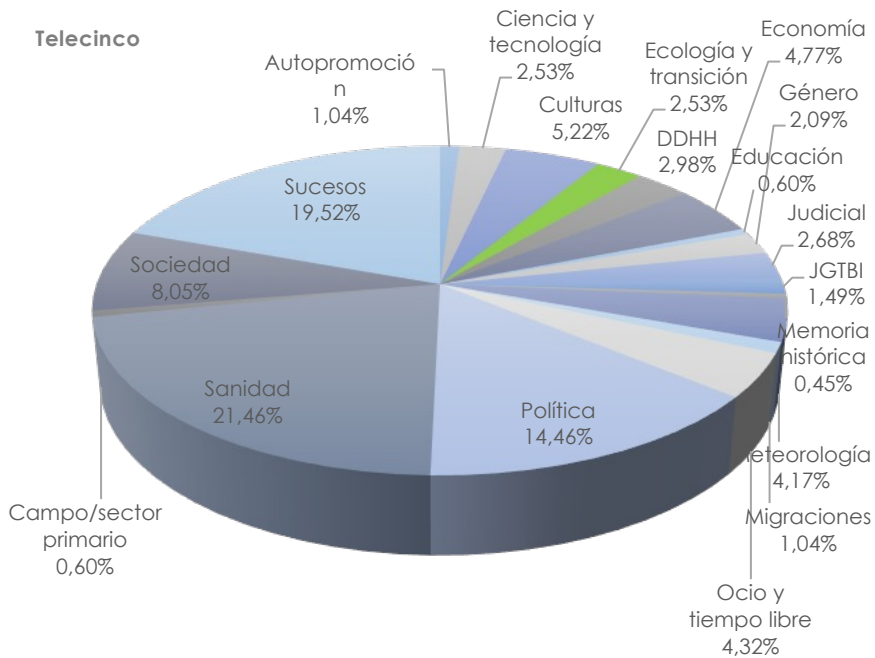
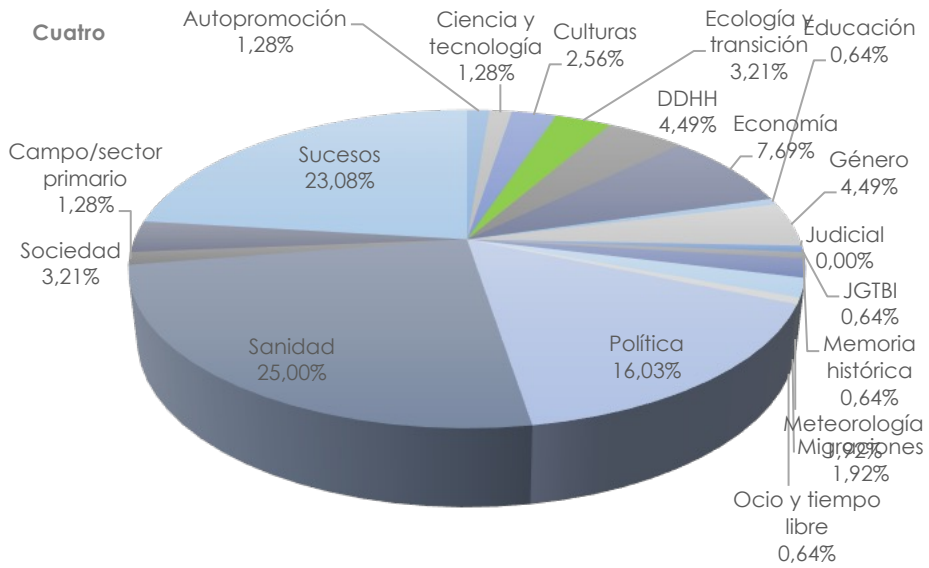
Multi gráfico 1: Diversidad de temáticas en los informativos/ representación y porcentajes

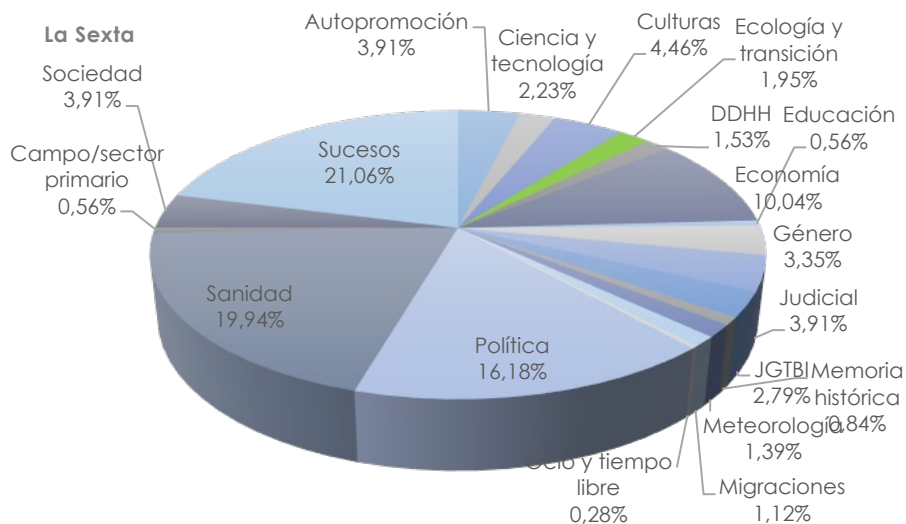
TVE1



Antena 3





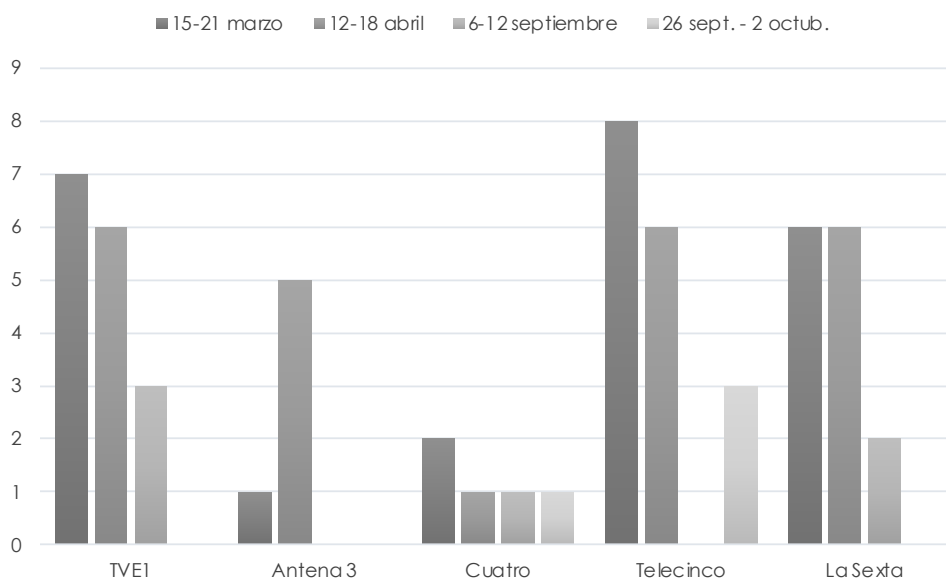


Fuente: Investigación COMandalucía/Elaboración propia

Cabe señalar que durante las cuatro semanas de análisis ha habido grandes acontecimientos que han copado el foco informativo y disminuido considerablemente la diversidad temática. Durante las semanas de análisis 1 y 2 (15-21 de marzo y 12-18 de abril de 2021), las elecciones en Madrid y la vacunación de la Covid-19 protagonizaron las principales informaciones. En la tercera semana (6-12 de septiembre de 2021) el gran evento informativo fue la toma de poder de los talibanes en Afganistán coincidiendo con el 20 aniversario de los atentados del 11-S. Pero, sin duda, la temática que más ha irrumpido en los informativos es la erupción de un volcán en la isla de La Palma, durante la cuarta semana de análisis (26-30 de septiembre, 1-2 de octubre de 2021).

El protagonismo que este último suceso adopta en los informativos analizados es tal que las noticias sobre temática ecológica desaparecen de la agenda informativa por completo en *Tve1*, *Antena 3* y *La Sexta*; se reducen a sólo una en *Cuatro*; y a tres en *Telecinco*. La evolución del número de noticias que favorecen la transición ecosocial a lo largo de las cuatro semanas de análisis refleja claramente el impacto del suceso vulcanológico en la agenda informativa (Gráfico 2).

Gráfico 2. Evolución del nº noticias ecológicas en el período de análisis



Fuente: Investigación COMandalucía/Elaboración propia

Otras variables que han desvirtuado la normalidad del desarrollo informativo han sido las siguientes: en la semana 1 de análisis se dio la casuística de que *TVE1* tuvo dos informativos especialmente cortos (7 y 8 noticias) condicionados por eventos deportivos; así como *Telecinco*, que cuenta con un informativo menos que el resto por la emisión de un partido de fútbol. En la tercera semana, *TVE1* sustituyó un programa por un especial "Aniversario del 11-S" y otro de ellos fue especialmente breve. En la cuarta semana de análisis, *Antena3* sustituye dos de sus informativos por coberturas especiales de la situación derivada de la erupción del volcán en La Palma. Se trata de una casuística común: situaciones extraordinarias vienen a desplazar la información en lugar de ser tratadas en espacios extras.

5.3. Principales temáticas de los contenidos de transición ecosocial

La investigación ha detectado un total de 58 noticias de temática ecológica o que inciden en la transición ecosocial, ya sea alertando, concienciado o presentando alternativas al modelo industrial. De ellas, un total de 17 corresponden a los informativos de *Telecinco*; 16 a *Tve1*; 14 a *La Sexta*; seis a *Antena3*; y cinco a *Canal Cuatro*. Esas 58 noticias han sido clasificadas en función de su temática. Se han identificado las que se presentan en la Tabla 4 (a continuación), ordenadas de mayor a menor grado de aparición:

Tabla 4. N° de noticias por temática y cadena de tv

TEMÁTICA	Tve1	Antena3	Cuatro	Tele5	La Sexta	TOTAL
Protección y derechos de los animales	1	1	2	6	3	13
Fenómenos meteorológicos extremos/ cambio climático	4	1	1	1	5	12
Protección de ecosistemas	3	1	0	4	0	8
Modelo agroalimentario	3	0	1	1	1	6
Modelo de uso y gestión de residuos	0	0	0	3	1	4
Extractivismo	1	0	0	0	2	3
Preservación del mundo rural	1	1	0	0	1	3
Contaminación de mares y océanos	1	0	0	0	1	2
Modelo de transporte	1	1	0	0	0	2
Varias	0	0	0	2	0	2
Contaminación del aire	0	1	0	0	0	1
Modelo energético	0	0	1	0	0	1
Modelo tecnológico	1	0	0	0	0	1
TOTAL	16	6	5	17	14	58

Fuente: Elaboración propia/ Investigación COMandalucía

Las temáticas medioambientales más recurrentes son la "protección y derechos de los animales" (13) y los "fenómenos meteorológicos extremos derivados del cambio climático" (12). En la primera de ellas se extraen informaciones como la celebración del mes contra el maltrato animal, la lucha por sobrevivir de un grupo de pangolines, la liberación de una cría de oso en un parque natural de Asturias, varias noticias relacionadas con la prohibición de la caza del lobo ibérico en España, protestas contra experimentos animales en Madrid, el hallazgo de tortugas muertas en una playa de Mijas, planes para proteger al oso pardo en la Cordillera Cantábrica, tratamientos con células madre para enfermedades en animales, protección del territorio del lince ibérico en Sierra Morena y el fomento de la anidación de golondrinas por parte de algunos ayuntamientos.

En la temática de fenómenos meteorológicos extremos se encuentran noticias sobre incendios, ciclones o inundaciones favorecidos por el cambio climático. Se han detectado noticias sobre graves incendios en Sudáfrica, un tifón de alta intensidad en Filipinas, un incendio forestal en Tarragona, calor extremo en varias ciudades de España, las peores inundaciones del siglo en Australia, el invierno más cálido

de la década, mayor riesgo de incendio en las zonas afectadas por la tormenta de nieve Filomena, sequía en la región del Daimiel y variaciones en la cosecha del vino a causa del cambio climático.

En el apartado "protección de ecosistemas" (8), los informativos han hablado sobre el Día Internacional de los Bosques y Árboles, el saqueo de agua en el parque natural de Doñana, la belleza e importancia de la floración de los almendros en la región de El Jerte, el peligro de la vida en los ríos de España ante la proliferación de especies invasoras como el sirulo, o de otras especies terrestres como las orugas procesionarias.

La categoría "modelo agroalimentario" (6) tiene como principal tema las *performances* celebradas en varias ciudades por la reducción del consumo de carne. También se detectan reportajes sobre huertos urbanos, una iniciativa de reciclaje de las naranjas que caen en el suelo en la ciudad de Sevilla y sobre innovaciones agrícolas en Valencia.

En "gestión de residuos" (4) el protagonista es el plástico, con noticias sobre alternativas al mismo: la "guerra al plástico" en Baleares, la creación de un contenedor para reciclar mascarillas y el desarrollo de un sistema inteligente de recogida de basura en Alcorcón. Los temas del "extractivismo" (3) durante el período de análisis son el debate y la lucha de la comunidad en Retortillo (Salamanca) contra la instalación de una mina de uranio en su municipio; y la paralización de la construcción de otra mina en la provincia de Cáceres.

En "contaminación de mares y océanos" (2) se incluyen informaciones sobre el deterioro de un rico ecosistema en Capri (Italia) y la posibilidad de que Japón suelte agua radiactiva al mar. En "contaminación del aire" (1) se ha detectado un reportaje sobre el proyecto "Ambulancias Ambientales", para detectar la calidad del aire en ciudades y municipios.

El debate sobre los modelos de transporte (2), tecnológico (1) y energético (1) están protagonizados por las siguientes noticias: Francia prohibirá los vuelos internos en favor del tren, una campaña que promueve el uso de la bicicleta, nueva Ley Europea contra la obsolescencia programada, y un debate sobre el modelo energético nuclear-renovables.

La "preservación del mundo rural" (3) se identifica en noticias como la reconversión en oficinas del personal de Correos para garantizar el servicio en pequeños municipios y varios proyectos para la repoblación. También se detectan informaciones que hacen alusión al deterioro medioambiental en general (2): *Google Earth* muestra la huella de la acción humana en la Tierra y "Macroconcierto en defensa del Planeta" celebrado en París.

6. Discusión y conclusiones

Este análisis ha permitido extraer una radiografía del nivel de implicación de las cadenas generalistas en relación con temáticas que están vinculadas con lo que a lo largo de este trabajo hemos definido e identificado como transiciones ecosociales, encaminadas a la consecución de sociedades más justas y respetuosas con la naturaleza, incluyendo no solo temas sobre ecología, sino contemplando también categorías más amplias como los derechos de los animales y de la naturaleza. El estudio ha arrojado un elenco de *issues* o temáticas agendados en diferentes formatos y con diferentes pesos específicos, como los fenómenos meteorológicos extremos y su análisis desde la perspectiva del cambio climático, la protección de ecosistemas, el modelo agroalimentario, el modelo de uso y gestión de residuos, el extractivismo, la preservación del mundo rural, la contaminación de mares y océanos, el modelo de transporte, la protección y el respeto a los derechos de los animales, y la contaminación del aire, entre otras. En esta área, destaca que el tratamiento del cambio climático está enfocado en sus consecuencias, todas ellas en forma de fenómenos meteorológicos extremos, nunca en sus causas: el modelo económico.

En el caso de los contenidos de los informativos, esta radiografía se ha llevado a cabo de forma comparada, una metodología encaminada a poder observar el peso cuantitativo de las mismas. Nuestra primera conclusión confirma la hipótesis de partida: los resultados muestran que este tipo de temáticas están infra-representadas y por tanto desatendidas, sobre todo desde su comparativa con el conjunto de temáticas presentes en los informativos: mientras los sucesos acaparan gran parte de la *agenda setting* y atención de los telediaros, los contenidos de tipo ecológico son anecdóticos. Algo similar ocurre con los programas especializados. El estudio ha permitido identificar el incipiente tratamiento que las cadenas españolas están brindando a la transición ecosocial.

En relación con los programas especializados, el estudio revela un primer resultado concluyente: solamente las cadenas públicas (TVE y La 2) presentan formatos relacionados con la transición ecosocial en sus programaciones. Ninguna de las privadas contempla esta temática. Programas como *Aquí la Tierra* (TVE, 2014-), *El Escarabajo Verde* (TVE2, 1997-), *El Señor de los Bosques* (TVE2, 2017-2021)

o *Reduce tu huella* (TVE2, 2020-) dan cuenta de esa presencia minimalista en TVE 1 y La 2. De hecho, La 2 es la cadena que más espacio dedica a la transición ecosocial en su programación. Lo hace con programas específicos, pero también a través de una presencia considerable de documentales emitidos con frecuencia diaria, alcanzando este género hasta el 56,9% de la parrilla, lo que supone entre 90 y 95 horas de emisión semanales.

Se encuentran entre ellas series documentales como *Wild Latam* que explora la naturaleza y la vida silvestre de Sur y Centro América, a través de expediciones por lugares con animales únicos como: el monstruo de Gila en el Desierto de Sonora en México, las orcas de Tierra de Fuego en Argentina, el mítico cóndor de los Andes en Perú, el delfín del río Amazonas en Brasil y el colibrí de la selva colombiana, entre otros muchos (TVE2, 2021). Otro ejemplo similar es *Un Planeta Perfecto* (TVE2, 2021), miniserie documental de la BBC, compuesta por cinco episodios en los que se explora cómo las fuerzas de la naturaleza, incluido el poder de los océanos, el sistema climático, e incluso la humanidad, impulsan y dan forma a la vida en la Tierra.

Nuestro análisis determina el nulo compromiso hasta la fecha de *Antena 3*, *Cuatro*, *Telecinco* y *La Sexta* con la creación y producción de programas específicos en materia de transiciones ecológicas. Nos remitimos aquí a la idea de que las televisiones, en tanto que servicio público, deberían hacer frente a sus tres funciones sociales -informativa, educativa y de entretenimiento- independientemente de su titularidad pública o privada, al menos de una manera equilibrada. El panorama que por el contrario arroja la neotelevisión (Eco, 1965) nos remite con mucha más frecuencia a esta última función (Prado, 2002; Prado y Delgado, 2010; Francés, 2009). Si la paleotelevisión aspiraba a un diseño de la programación en el que se separaban los géneros y los bloques, la neotelevisión – la televisión de la privatización, de la crisis, de la producción a la autoreferencia, constata que algunas agendas programáticas erosionan las fronteras entre programación y publicidad y los límites entre los géneros televisivos, con un predominio de *reality show*, *talk show*, *infotainment* o *docusoaps*, entre otros géneros. Algo que requiere de un giro de paradigma, ya que ni educación ni información deberían ser incompatibles con la idea del entretenimiento, pero éste último ha calado en casi todos los formatos televisivos, a expensas de las dos primeras funciones. Una casuística que resulta preocupante, ya que la comunicación para la transición ecosocial debería estar siendo parte de la propuesta del valor del medio, mediante la incorporación de componentes educativos y de sensibilización, si lo que se pretende es transitar a marcos mentales que sitúen el planeta, los seres vivos y la dignidad humana en el centro del debate.

En relación con el número de noticias de temática ecológica presentes en los informativos, la transición ecosocial no se encuentra entre las temáticas con menos representación en las principales televisiones del país, pero está muy lejos de acercarse a aquellas que copan las agendas informativas de las cinco televisiones analizadas. Las secciones que más noticias acaparan en el conjunto de las cadenas analizadas son "sanidad", "política", "sucesos", "economía", "cultura" y "sociedad". Frente a ello, los contenidos ecosociales en ningún caso superan el 4% del total de contenidos de los telediarios, en el total de 120 informativos analizados. Dicho de otra manera, de las 2.909 piezas informativas analizadas, solamente 58 tratan la temática de nuestro estudio, lo cual representa un 1,99% del total.

Se observa además como la *agenda setting* deja ver hasta qué punto las televisiones tematizan y jerarquizan la actualidad. Durante las cuatro semanas de análisis, eventos como las elecciones en la comunidad de Madrid, la vacunación frente a la COVID, la toma de poder de los talibanes en Afganistán, o la erupción del volcán en la isla de La Palma protagonizaron las principales informaciones. Los temas medioambientales, en efecto, parecen encontrar más posibilidades de alcanzar la categoría de *issue* o temática informativa cuando se relacionan con catástrofes naturales, consecuencias del ecocidio u otro tipo de eventos perturbadores, algo que aporta *saliencie* o relevancia frente a un tratamiento informativo de la cotidianeidad, de logros en positivo y de los avances en materia medioambiental. Es decir, se prima lo negativo sobre lo positivo como valor noticia. Y posiblemente el espectáculo al contexto que aborde causalidades, consecuencias e iniciativas de mitigación y transición para un mejor entendimiento de la crisis ecosistémica. Los resultados muestran además que las temáticas más recurrentes en nuestra categoría de análisis son la "protección y derechos de los animales" (13 de 58 noticias, es decir un 2,2%) y los "fenómenos meteorológicos extremos derivados del cambio climático" (12 de 58 noticias: un 2%). Muy atrás en orden de importancia quedan temas como el modelo energético y el modelo tecnológico, justamente aquellos que más podrían inspirar a la sociedad por el referente que aportan en los cambios de paradigma y de formas de vida necesarios para ir transitando con éxito en lo ecosocial.

Nuestra propuesta pasa por sugerir unos medios de comunicación e información que aporten referencias, que recuperen la raíz en las ideas, conceptos y modos de vida (Chaparro y De Andrés, 2022), unos medios que den claves, que inspiren, que marquen caminos y visibilicen buenas prácticas, que actúen como dinamizadores de la transición, incidiendo específicamente en el marco de lo

simbólico, ético y estético, retomando sensibilidades que aboguen por la vida, en el plano de las ideas y los imaginarios, recuperando su significado primigenio; comunicación como “puesta en común”, como construcción colectiva, con la comunidad y para la comunidad, tejedora de puntos de encuentro y reconocimiento (Velásquez, 2009). En este transitar, resultará fundamental que prioricen la ética sobre los valores economicistas en el desempeño de su trabajo, dado su poder a la hora de difundir y consolidar imaginarios en la población. Los medios están llamados a realizar una lectura crítica sobre la publicitación de imaginarios de la sociedad de consumo, que siguen siendo difundidos de manera masiva a través de las estrategias establecidas por la comunicación para el desarrollo y el cambio social. Urge la incorporación de nuevas narrativas que incorporen discursos ecosistémicos, que pongan de manifiesto la urgencia de transitar a un modo de vida armónico con la naturaleza.

7. Contribuciones por autora

Contribuciones	Firmantes
Concepción y diseño del trabajo	Firmante 1, firmante 2, firmante 3
Búsqueda documental	Firmante 1, firmante 2, firmante 3
Recogida de datos	Firmante 1, firmante 2, firmante 3
Análisis e interpretación crítica de datos	Firmante 1, firmante 2, firmante 3
Revisión y aprobación de versiones	Firmante 1, firmante 2, firmante 3

8. Financiación

Investigación enmarcada en la aplicación del IRSCOM (Indicador de Rentabilidad Social en Comunicación, LabCOMandalucía, Universidad de Málaga) a cadenas de televisión: Proyecto UMA18-FEDERJA-187).

9. Declaración de conflicto de intereses

Las personas autoras declaran que no existe ningún conflicto de intereses.

10. Referencias bibliográficas

Agulló-Calatayud, V., Castelló i Cogollos, R., & Valderrama-Zurián, J. C. (2014). Beyond elite sports: Analysis of the coverage of anabolic steroids in the Spanish press (2007–2011). *Catalan journal of communication & cultural studies*, 6(2), 197-220. https://doi.org/10.1386/cjcs.6.2.197_1

Albelda, J., Sgaramella, Ch., y Parreño, J. M. (2019). *Imaginar la transición hacia sociedades sostenibles*. Universitat Politècnica de València. <https://bit.ly/3xvtayC>

Alonso-Muñoz, L., & Casero-Ripollés, A. (2018). Communication of European populist leaders on Twitter: agenda setting and the 'more is less' effect. *El profesional de la información*, 27(6), 1193-1202. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.03>

Ardévol-Abreu, A., Gil de Zúñiga, H., y McCombs, M. E. (2020). Orígenes y desarrollo de la teoría de la agenda setting en Comunicación. *Tendencias en España (2014-2019)*. *El Profesional De La información*, 29(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.14>

Barranquero, A. (2011). El espejismo de la comunicación para el cambio social, radiografía de un concepto insostenible. *Hacia una comunicación de cambio eco-social*. En J. Pereira (Coord.), *Comunicación, desarrollo y cambio social: interrelaciones entre comunicación, movimientos ciudadanos y medios* (pp. 81-99). Pontificia Universidad Javeriana.

Barranquero, A. (2012). De la comunicación para el desarrollo a la justicia ecosocial y el buen vivir. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 17, 63-78. https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2012.v17.39258

Blanco-Castilla, E., y Cano-Galindo, J. (2019). El acoso escolar y suicidio de menores en la prensa española: Del tabú al boom informativo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 937- 949. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1365>

Bovens, M. (2010). Two Concepts of Accountability: Accountability as a Virtue and as a Mechanism. In D. Curtin, *Accountability and European governance* (pp. 28-49). Routledge.

- Boykoff, M., Aoyagi, M., Benham, A., Chandler, P., Daly, M., Doi, K., & Ytterstad, A. (2020). *World Newspaper Coverage of Climate Change or Global Warming, 2004–2019*. Media and Climate Change Observatory Data Sets. Cooperative Institute for Research in Environmental Sciences, University of Colorado. <https://bit.ly/3Nn6vc5>
- Boykoff, M.T., & Boykoff, J.M. (2007). Climate change and journalistic standards: A case study of US media coverage. *Geoforum*, 38, 1190–1204. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2007.01.008>
- Bruzzo, C., & Guido, L. E. (2012). A ecología na televisão: o que se espera da TV pública?. *ETD - Educação Temática Digital*, 14(1), 141-149. <https://doi.org/10.20396/etd.v14i1.1245>
- Castillo-Esparcia, A., & López-Gómez, S. (2021). Public Opinion about Climate Change in United States, Partisan View, and Media Coverage of the 2019 United Nations Climate Change Conference (COP 25) in Madrid. *Sustainability*, 13(7), 3926. <https://doi.org/10.3390/su13073926>
- Canel, M. J., Llamas, J. P., y Rey-Lennon, F. (1996). El primer nivel del efecto agenda-setting en la información local: los 'problemas más importantes' de la ciudad de Pamplona. *Communication & society* 9(1-2), 17-37. <https://bit.ly/3biyD2J>
- Cárdenas-Ruiz, J. D. (2017). La crisis fronteriza colombo-venezolana en las pantallas: Análisis desde la comunicación política. *Historia Y Comunicación Social*, 22(2), 447–463. <https://doi.org/10.5209/hics.57854>
- Cebrián-Bernat, G., Segalás-Coral, J., & Hernández-Gómez, M. A. (2019). Assessment of sustainability competencies: a literature review and future pathways for ESD research and practice. *Central European Review of Economics and Management*, 3(3), 19-44.
- Chaparro-Escudero, M., y De Andrés-Del-Campo, S. (2022). *Comunicación radical: despatriarcalizar, decolonizar y ecologizar la cultura mediática*. Gedisa Editorial.
- Chaparro-Escudero, M., Espinar-Medina, L., El-Mohammadiane-Tarbitf, A., y Peralta García, L. (2020). *Guía de transición ecosocial y principios éticos para nuestros medios*. Fragua.
- Chapman, D. A., Lickel, B., & Markowitz, E. M. (2017). Reassessing emotion in climate change communication. *Nature Climate Change*, 7(12), 850–852. <https://doi.org/10.1038/s41558-017-0021-9>
- Codinach-Fossas, M. (2015). *El Tratamiento informativo de la inmigración marroquí en la televisión: el caso de Salt* [Tesis doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona]. <https://bit.ly/3b4sEOC>
- Cooper, C. B. (2011). Media Literacy as a Key Strategy toward Improving Public Acceptance of Climate Change Science. *BioScience*, 61(3), 231–237. <https://doi.org/10.1525/bio.2011.61.3.8>
- Day, P., & Klein, R. (1997). *Accountabilities: Five public services*. Taylor & Francis.
- Dearing, J., & Rogers, E. (1996). *Agenda - Setting*. Sage Publications.
- Eco, U. (1965) *Apocalípticos e Integrados*. Lumen.
- Erviti, M. (2020). Del "cambio climático" a la "emergencia climática". Análisis de El País y El Mundo. *Prisma Social: revista de investigación social*, 31, 64-81. <https://bit.ly/3KMMNWx>
- Escobar, A. (2018). *Otro posible es posible: caminando hacia las transiciones desde Abya Yala/Afro/Latino-América*. Ediciones Desde Abajo.
- Espinar-Medina, L., Chaparro-Escudero, M., y Peralta-García, L. (2019). Hacia un modelo mediático co-responsable con modelos de transición ecosocial: aplicación y alcance del Indicador de Transición Ecosocial. En M. Chaparro, V. Gabilondo, y L. Espinar (Coord.), *Transparencia mediática, oligopolios y democracia ¿Quién nos cuenta el cuento? Indicadores de rentabilidad social y políticas en radio y televisión: América Latina y Europa Mediterránea* (pp. 103-117). Comunicación Social. <https://doi.org/10.52495/cap03.emcs.4.p75>
- Espinar-Medina, P., Mora-Medina, P., y López-Gómez, S. (2022). La campaña Medio Ambiente del canal infantil Clan (RTVE) como herramienta de comunicación ecosocial. En I. Jiménez, y D. Álvarez (Coord.), *Comunicar e investigar en tiempos de emergencia climática* (pp. 98-118). Dykinson. <https://doi.org/10.2307/j.ctv2s0j5zq>
- Fernández-Reyes, R., Piñuel-Raigada, J. L., y Vicente-Mariño, M. (2015). La cobertura periodística del cambio climático y del calentamiento global en El País, El Mundo y La Vanguardia. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 122-140. <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2015-1038>

- Francés, M. (2009). *Hacia un nuevo modelo televisivo: Contenidos para la televisión digital*. Gedisa.
- García-Herrero, I., y Navarro-Sierra, N. (2020). Análisis del discurso científico del cambio climático en la fotografía de El Mundo y El País. *Área Abierta. Revista de comunicación audiovisual y publicitaria*, 20(3), 371-384. <http://dx.doi.org/10.5209/arab.71208>
- García-Olivares, A., y Carles-López, R. (2021). Los nuevos retos ambientales y energéticos y la transición ecosocial. *Política. Social*, 58(2). <https://dx.doi.org/10.5209/poso.64877>
- Gómez-Patiño, M. (2014). La influencia de la agenda setting: Análisis comparado del tratamiento del issue 'mujer' en la prensa española (2007-2012). *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 20(2), 1103-1120. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n2.47052
- González-Reyes, L. (2019). *Escenarios de trabajo en la transición ecosocial 2020-2030*. Ecologistas en Acción.
- Herrera-Huérffano, E. (2022). *Prácticas de comunicación en pueblos indígenas. Mediaciones de la cultura y el desarrollo local en la Amazonía Colombiana* [Tesis doctoral, Universidad de Sevilla].
- Herrero, Y. (2021). Miradas ecofeministas para transitar a un mundo justo y sostenible. *Revista De Economía Crítica*, 2(16), 278-307. <https://bit.ly/43vVtdz>
- Hoegh-Guldberg, O., Jacob, D., & Taylor, M. (Coord.). (2018). *Impacts of 1.5°C Global Warming on Natural and Human Systems. Special Report: Global Warming of 1.5°C*. IPCC. <https://bit.ly/2kMDzTB>
- Iyengar, S., y Kinder, D. (1993). *Televisión y Opinión Pública. La información es poder*. Gernika.
- Kothari, A., Salleh, A., Escobar, A., Demaria, F., y Acosta, A. (2019). *Pluriverso. Un Diccionario del Posdesarrollo*. Icaria Editorial.
- Leff, E. (2004). *Racionalidad ambiental: la reapropiación social de la naturaleza*. Siglo XXI. <https://bit.ly/3xKBNU7>
- Llano-Sánchez, R., & Jiménez-Jiménez, B. (2020). La divulgación medioambiental televisiva en España: 'El escarabajo verde' (TVE2, 1997-act). *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 26(1), 189-196. <https://doi.org/10.5209/esmp.67298>
- Macedo-García, A. (2016). *La agenda setting y el framing en situaciones de crisis. Estudio de caso: la cobertura informativa en La Jornada y en Reforma sobre el desafuero del jefe de gobierno de la Ciudad de México* [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. <https://bit.ly/3xKCflh>
- Mayer, J. (2016). *Dark Money: The Hidden History of Billionaires Behind the Rise of the Radical Right in the United States*. Anchor.
- McCombs, M. (1985). La comunicación de masas en las campañas políticas: información, gratificación y persuasión. En M. Moragas (Ed.), *Sociología de la Comunicación de Masas. Estructura, funciones y efectos*. Gustavo Gili.
- Mckeown, R., & Hopkins, C. (2013). Rethinking Climate Change Education. Everyone wants it, but what is it?. *Green Teacher Journal*, 89(17). <https://bit.ly/3fPp41m>
- Mercado-Sáez, M. T., & Monedero-Morales, C. R. (2017). Treatment and framing of energy issues on television: An analysis of the infotainment programs on the Spanish TV channel La Sexta. *Communication & Society*, 30(4), 115-131. <https://bit.ly/39LLFFf>
- Moreno-Cabezudo, J. A. (2018). Estructura informativa y Cambio Climático: el caso de El País. En R. Fernández-Reyes, & D. Rodrigo-Cano (Ed.), *La comunicación de la mitigación y la adaptación al Cambio Climático* (pp. 77-98). Egregius. <https://bit.ly/3Oqtow3>
- Moreno, J. A., y Almiron, N. (2021). Representación en la prensa española del papel de la agricultura animal en la crisis climática. *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 27(1), 349-364. <https://doi.org/10.5209/esmp.73745>
- Moser, S. C. (2016). Reflections on climate change communication research and practice in the second decade of the 21st century: What more is there to say? *WiresClim Chang*, 7, 345-369. <https://doi.org/10.1002/wcc.403>

- Moser, S. C., & Dilling, L. (2011). *Communicating Climate Change: Closing the Science-Action Gap*. Oxford University Press.
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., & Nielsen, R. K. (2020). *Digital News Report 2020*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://bit.ly/3n43MJH>
- Palmer, H., & Rowland, J. R. (2011). Public television in a time of technological change. *International Journal of Communication*, 5, 1082–1107 <https://bit.ly/3Ob75e4>
- Peralta-García, L., Chaparro-Escudero, M., y Espinar-Medina, L. (2019). *Las mujeres como impulsoras de transiciones ecofeministas hacia sociedades más justas y diversas*. Editorial UOC.
- Peralta-García, L., Chaparro-Escudero, M., y Espinar-Medina, L. (2021a). Indicadores de Transición Ecosocial desde una perspectiva ecofeminista. Castilla-La Mancha como estudio de caso. *Investigaciones Feministas*, 12(2), 529-538. <https://dx.doi.org/10.5209/infe.68526>
- Peralta-García, L., Chaparro-Escudero, M., & Espinar-Medina, L. M. (2021b). Towards a responsible communication strategy in the eco-social transition sector: an epistemological approach. *Communication & Society*, 34(4), 149-165. <https://bit.ly/3QDtaUg>
- Peralta-García, L., y Ouarichi-García, T. (2015). El potencial educativo de las narrativas digitales en la comunicación para el cambio social. Jóvenes Frente al Cambio Climático como estudio de caso. *Obra Digital*, 8, 40-61. <https://doi.org/10.25029/od.2015.49.8>
- Prado, E. (2002). Televisión en la era digital: homogeneización versus diversidad. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 51, 45-49 <https://bit.ly/3HCv7Yc>
- Prado, E., y Delgado, M. (2010). La televisión generalista en la era digital: Tendencias internacionales de programación. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 84, 52-64.
- Preston, P. (2009). *Making the news. Journalism and news cultures in Europe*. Routledge.
- Riechmann, J. (2005). Biomimesis: Un concepto clave para pensar la sustentabilidad. *El ecologista*, 1-11. <https://bit.ly/3OwgEDU>
- Rodríguez Díaz, R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria*. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- Roiz, M. (2003). *La sociedad persuasora. Control cultural y comunicación de masas*. Paidós.
- Schäfer, M. S., & Schlichting, I. (2014). Media Representation on Climate Change: A Meta-analysis of the Research Field. *Environmental Communication*, 8(2), 142–60 <https://doi.org/10.1080/17524032.2014.914050>
- Schäfer, M. S. (2012). Online communication on climate change and climate politics: a literature review. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 3(6), 527-543. <https://doi.org/10.1002/wcc.191>
- Taibo, C. (2020). *Colapso. Capitalismo terminal, transición ecosocial, ecofascismo*. Los libros de la Catarata.
- Teso-Alonso, G., y Lozano-Ascencio, C. (2022). La comunicación online del Cambio Climático en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 65-87. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1531>
- UNFCCC. (2021). *Greater Climate Ambition Urged as Initial NDC Synthesis Report Is Published*. UNFCCC. <https://bit.ly/3n5UQUc>
- Velásquez, J. A. (2009). Recuperar la Comunicación. *Revista Comunicación*, 26, 135 – 147. <https://bit.ly/3jOz1qk>
- Vicente-Torrío, D., y López, N. (2022). Cine en torno a la emergencia climática: un problema sin responsables ni soluciones. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 155, 1-22. <https://doi.org/10.15178/va.2022.155.e1311>
- Vicente-Torrío, D., y Vicente-Mariño, M. (2014). Presencia y Funciones del discurso científico en la cobertura informativa y cinematográfica del cambio climático. *Prisma Social, Revista de Investigación Social*, 12, 120- 152. <https://bit.ly/3y5CCIC>

Wanta, W., & Wu, Y. C. (1992). Interpersonal communication and the agenda-setting process. *Journalism Quarterly*, 69(4), 847-855. <https://doi.org/10.1177%2F107769909206900405>

Notas

1. Mecco: https://sciencepolicy.colorado.edu/icecaps/research/media_coverage/about/method.html
2. Laboratorio de Comunicación y Cultura LabCOMandalucía: www.comandalucia.com
3. <https://www.rtve.es/play/videos/reduce-tu-huella/>

