

Los medios y la edu- comunicación del cambio climático Avances y nuevos desafíos

I JORNADAS PAEAS LA RIOJA

COMUNICACIÓN Y EMOCIONES FRENTE A LA EMERGENCIA CLIMÁTICA

Logroño, 7 y 8 de febrero de 2024
Salón de actos del Edificio Quintiliano. Universidad de La Rioja
ENTRADA GRATUITA

Información e inscripciones



Prof^a Dr^a Gemma Teso
Dpto. Sociología: Metodología y Teoría
Facultad de Ciencias de la Información
Universidad Complutense de Madrid
Observatorio de la Comunicación del CC
<https://orcid.org/0000-0001-9852-0255>



ÍNDICE:

1. Contexto
2. La percepción social del riesgo
3. La comunicación de la crisis climática en España
4. Nuevos retos para la comunicación del cambio climático
5. Conclusiones

¿Qué hacemos en el Observatorio?

La investigación de la comunicación social
La comunicación social de la Ciencia
Science Communication Research



Seguimiento y análisis de la comunicación del CC en diferentes soportes: **Radio, TV, Prensa, Online, Twitter, Youtube**

Evaluación experta de la comunicación.
Los datos empíricos son puestos a disposición de los profesionales y expertos

Desarrollo de **proyectos de educomunicación** para innovación aplicada y transferencia del conocimiento

Organización periódica de **foros de encuentro e intercambio de experiencias** entre profesionales e investigadores de la Comunicación



LA COMUNICACIÓN SOCIAL DEL CAMBIO CLIMÁTICO COMO OBJETO DE ESTUDIO

PARADIGMA DE LA TRIANGULACIÓN METODOLÓGICA EN INVESTIGACIÓN

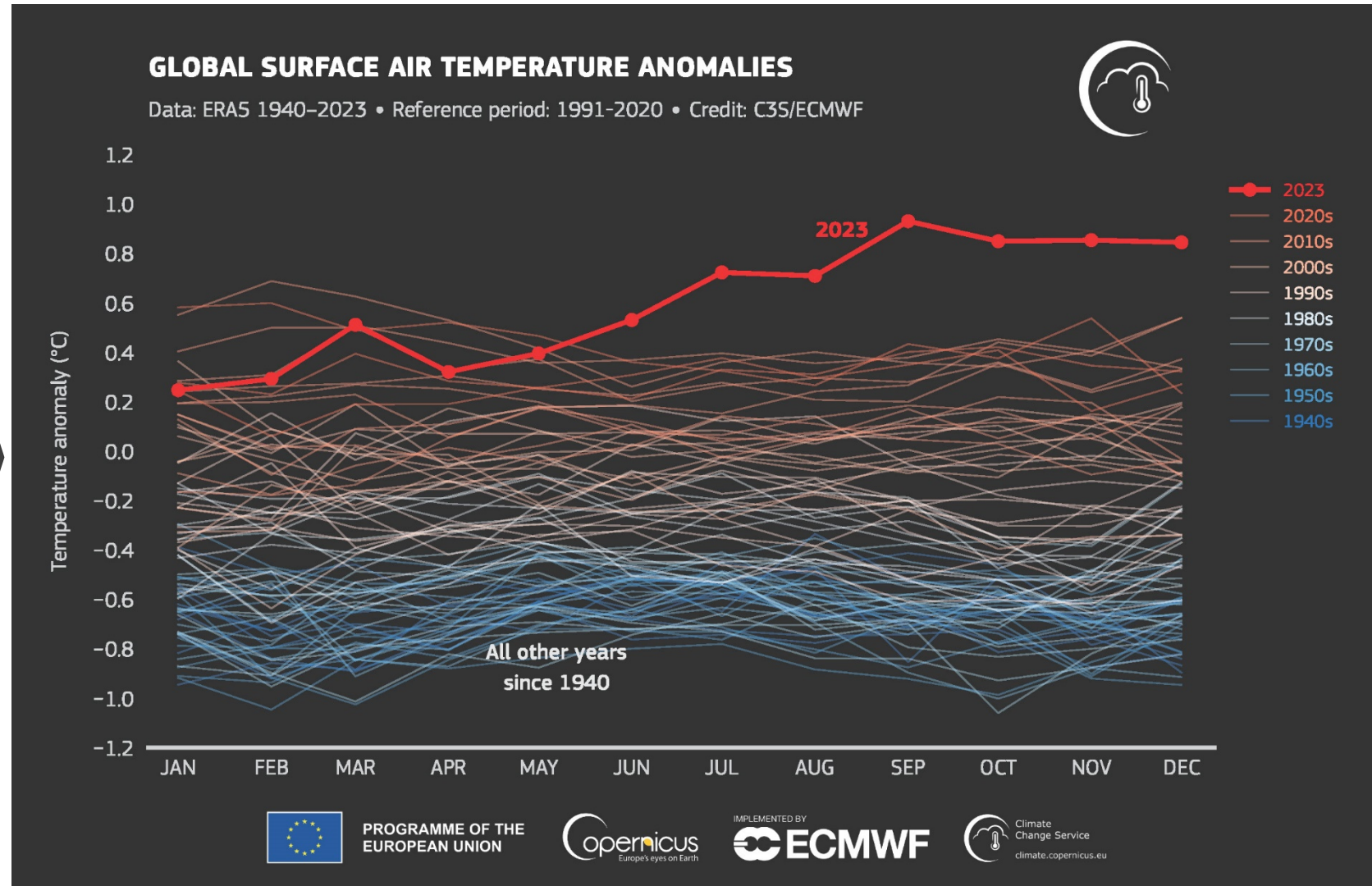
Garantiza la validez y confiabilidad de la investigación
(Campbell, 1959; Denzin, 1975)

Triangulación de Técnicas y Métodos	Triangulación fuentes expertas	Triangulación Teórica	Triangulación de datos
<ul style="list-style-type: none"> Métodos cuanti-cualitativos Triangulación intra e inter métodos (distintos métodos sobre mismo objeto y el mismo método a distintos objetos) 	6 perfiles expertos (observadores)	Mediaciones sociales Mediación dialéctica Perspectivas teóricas cruzadas Enfoques teóricos diversos	Fuentes de datos diversas: Expertos: discursos/ contenido y percepción social)
Análisis transversal y longitudinal	Profesionales de la comunicación y expertos interdisciplinarios	Seguimiento del estado de la cuestión en la investigación científica a nivel nacional e internacional	Análisis del contenido/ productos de la comunicación social

1. CONTEXTO 2023

IPCC, 2023: Human activities, principally through emissions of greenhouse gases, have unequivocally caused global warming, with global surface temperature reaching 1.1°C above 1850-1900 in 2011-2020. Global greenhouse gas emissions have continued to increase, with unequal historical and ongoing contributions arising from unsustainable energy use, land use and land-use change, lifestyles and patterns of consumption and production across regions, between and within countries, and among individuals (high confidence)

IPCC, 2023: Climate Change 2023: Synthesis Report.



CONTEXTO 2023

IPCC, 2023: Human activities, principally through emissions of greenhouse gases, have unequivocally caused global warming, with global surface temperature reaching 1.1°C above 1850-1900 in 2011-2020. Global greenhouse gas emissions have continued to increase, with unequal historical and ongoing contributions arising from unsustainable energy use, land use and land-use change, lifestyles and patterns of consumption and production across regions, between and within countries, and among individuals (high confidence)

The famous “Keeling Curve” (Charles David Keeling) is a visual depiction of rising atmospheric carbon dioxide (CO₂) caused by the burning of fossil fuels

New Evidence Reveals Fossil Fuel Industry Sponsored Climate Science in 1954

Documents shed light on the earliest-known instance of climate science funded by the fossil fuel industry, adding to growing understanding of Big Oil’s knowledge of climate change.



By **Rebecca John** on Jan 30, 2024 @ 09:00 PST

15 min read

Series: **HISTORY LESSONS: POLLUTER INFLUENCE**



Charles David Keeling with Keeling Curve graphs. Credit: Keeling Papers, Special Collections & Archives, UC San Diego.

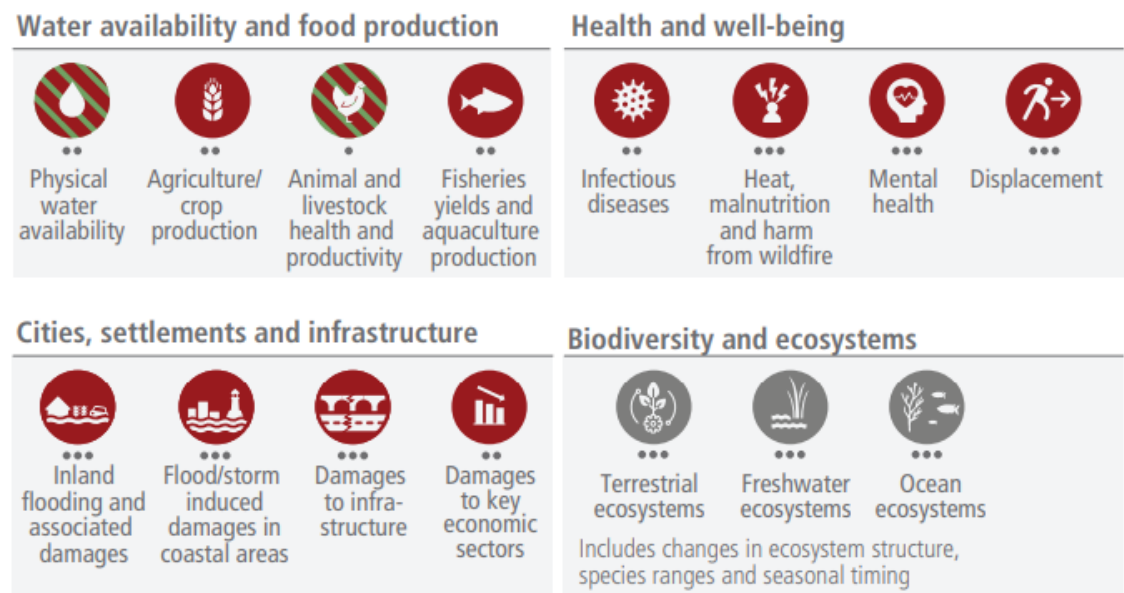
Fuente: DeSmog, 30/01/2024 a través de @Climática.
<https://www.desmog.com/2024/01/30/fossil-fuel-industry-sponsored-climate-science-1954-keeling-api-wspa/>

CONTEXTO 2023

IPCC, 2023: Summary for Policymakers. In: Climate Change 2023: Synthesis Report. Contribution of Working Groups I, II and III to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change [Core Writing Team, H. Lee and J. Romero (eds.)].
IPCC, Geneva, Switzerland, pp. 1-34, doi: 10.59327/IPCC/AR6-9789291691647.001

Adverse impacts from human-caused climate change will continue to intensify

a) Observed widespread and substantial impacts and related losses and damages attributed to climate change



Key

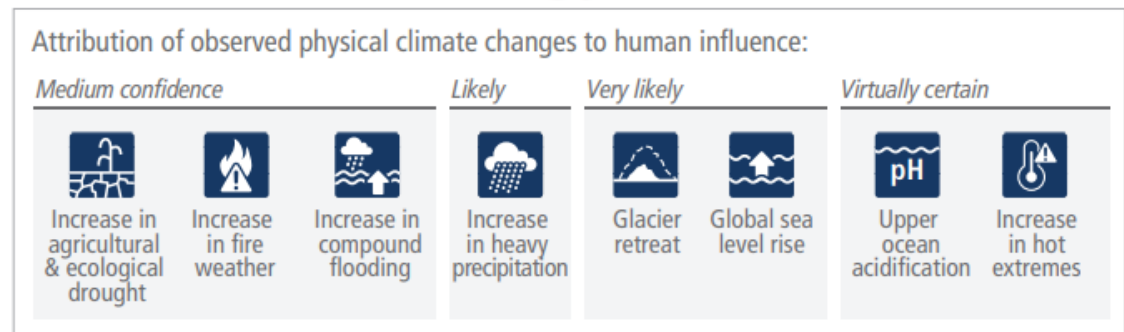
Observed increase in climate impacts to human systems and ecosystems assessed at global level

- Adverse impacts
- Adverse and positive impacts
- Climate-driven changes observed, no global assessment of impact direction

Confidence in attribution to climate change

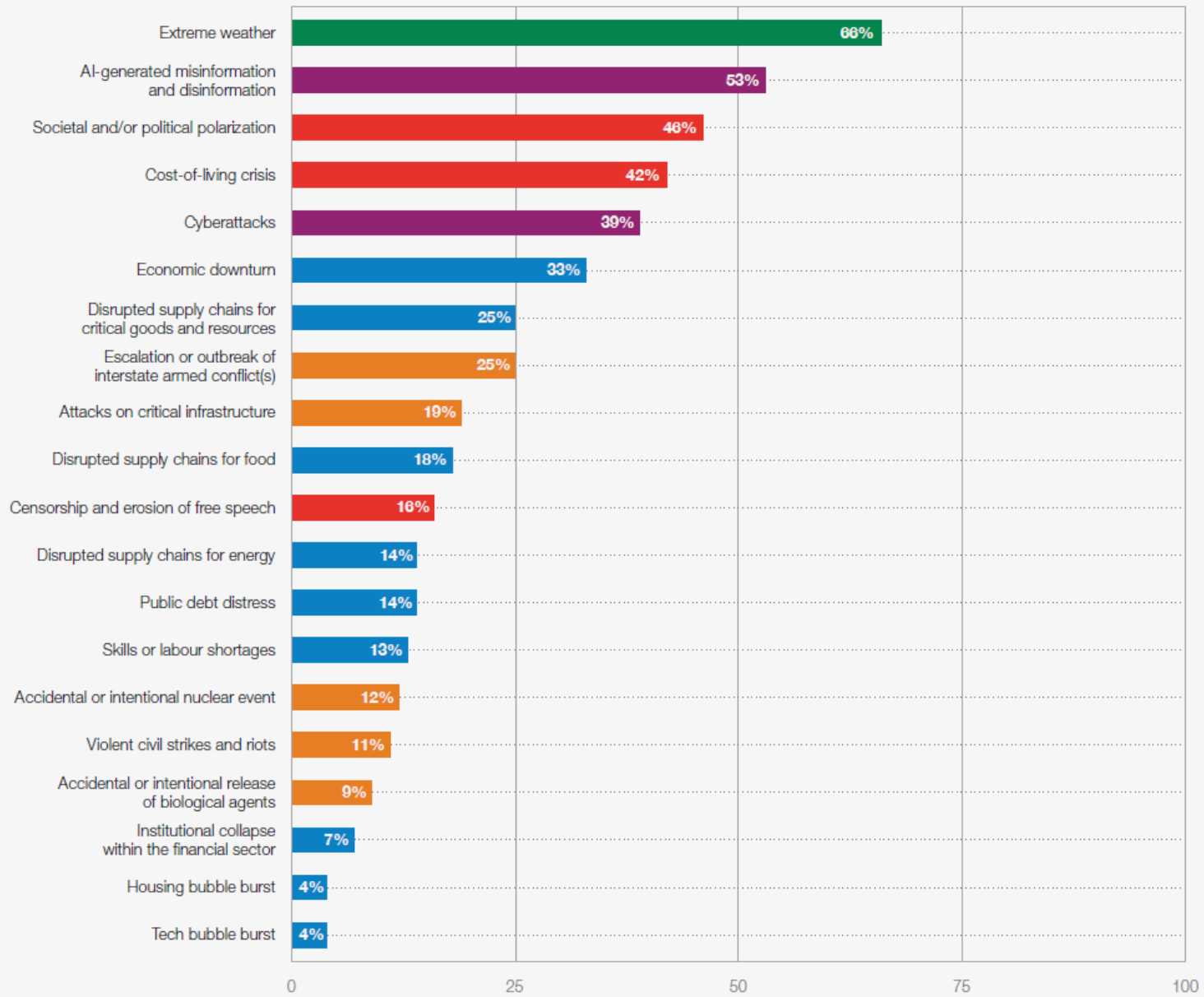
- High or very high confidence
- Medium confidence
- Low confidence

b) Impacts are driven by changes in multiple physical climate conditions, which are increasingly attributed to human influence



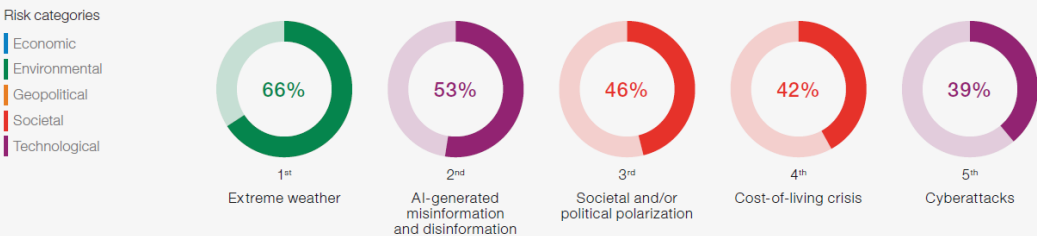
2. LA PERCEPCIÓN SOCIAL DEL RIESGO

Fuente: Global Risks Perception Survey
Global Risks Report 2024
 World Economic Forum (DAVOS)



Risk categories | Economic | Environmental | Geopolitical | Societal | Technological

Global Risks Perception Survey 2024



Source
 World Economic Forum Global Risks
 Perception Survey 2023-2024.

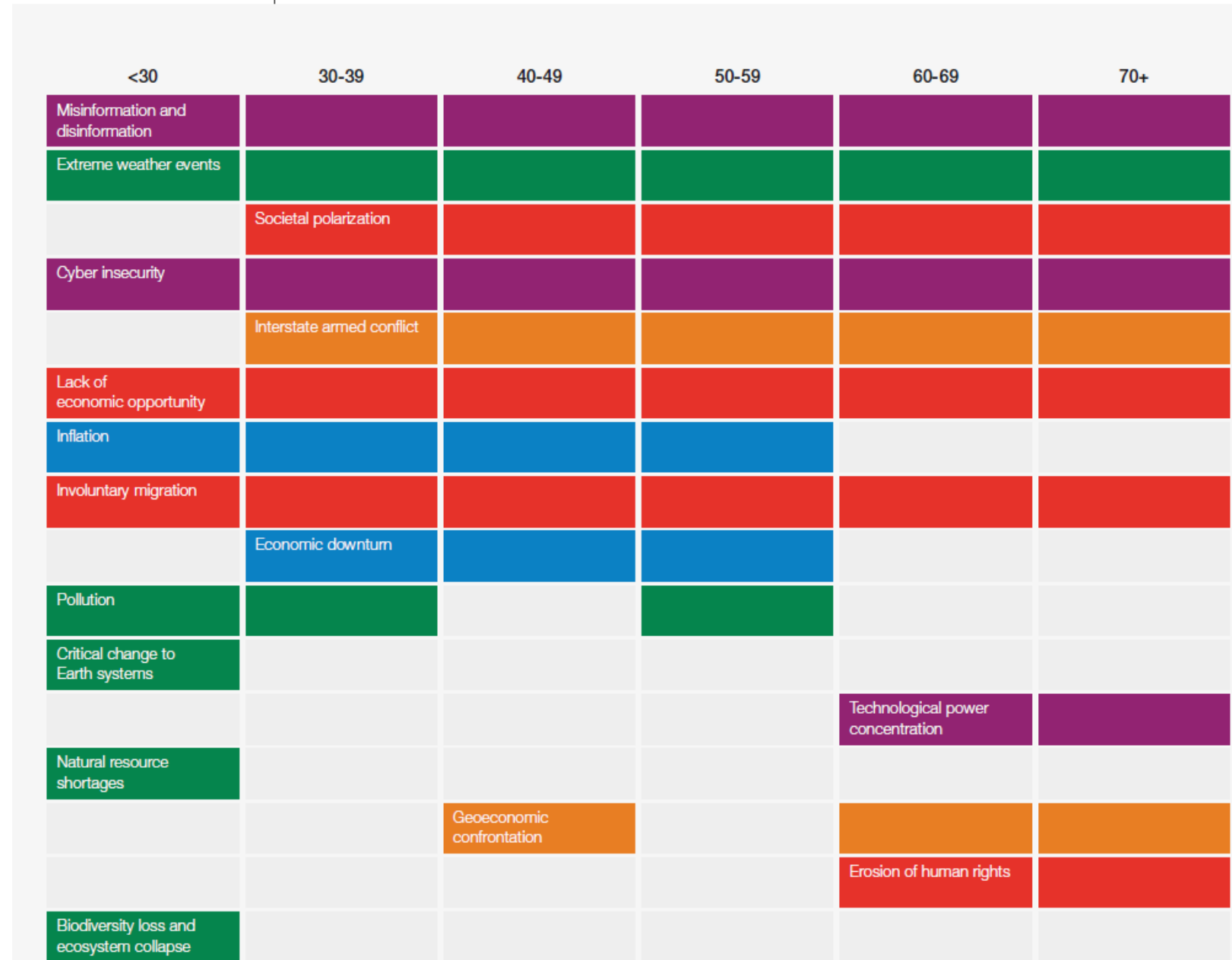
La percepción social del riesgo de la población por edades

Fuente: Global Risks Perception Survey (GRPS)
Global Risks Report 2024
 World Economic Forum

Análisis comparativo de la contingencia de variables edad, riesgos y sectores:
<https://www.weforum.org/publications/global-risks-report-2024/data-on-global-risk-perceptions-2024/>

FIGURE 1.6

Risk perceptions by age over the short term (2 years)



Risk categories | Economic | Environmental | Geopolitical | Societal | Technological

La percepción social del riesgo de la población más joven

Fuente: Global Risks Perception Survey (GRPS)
Global Risks Report 2024
World Economic Forum

Group Selection
Age Group: <30

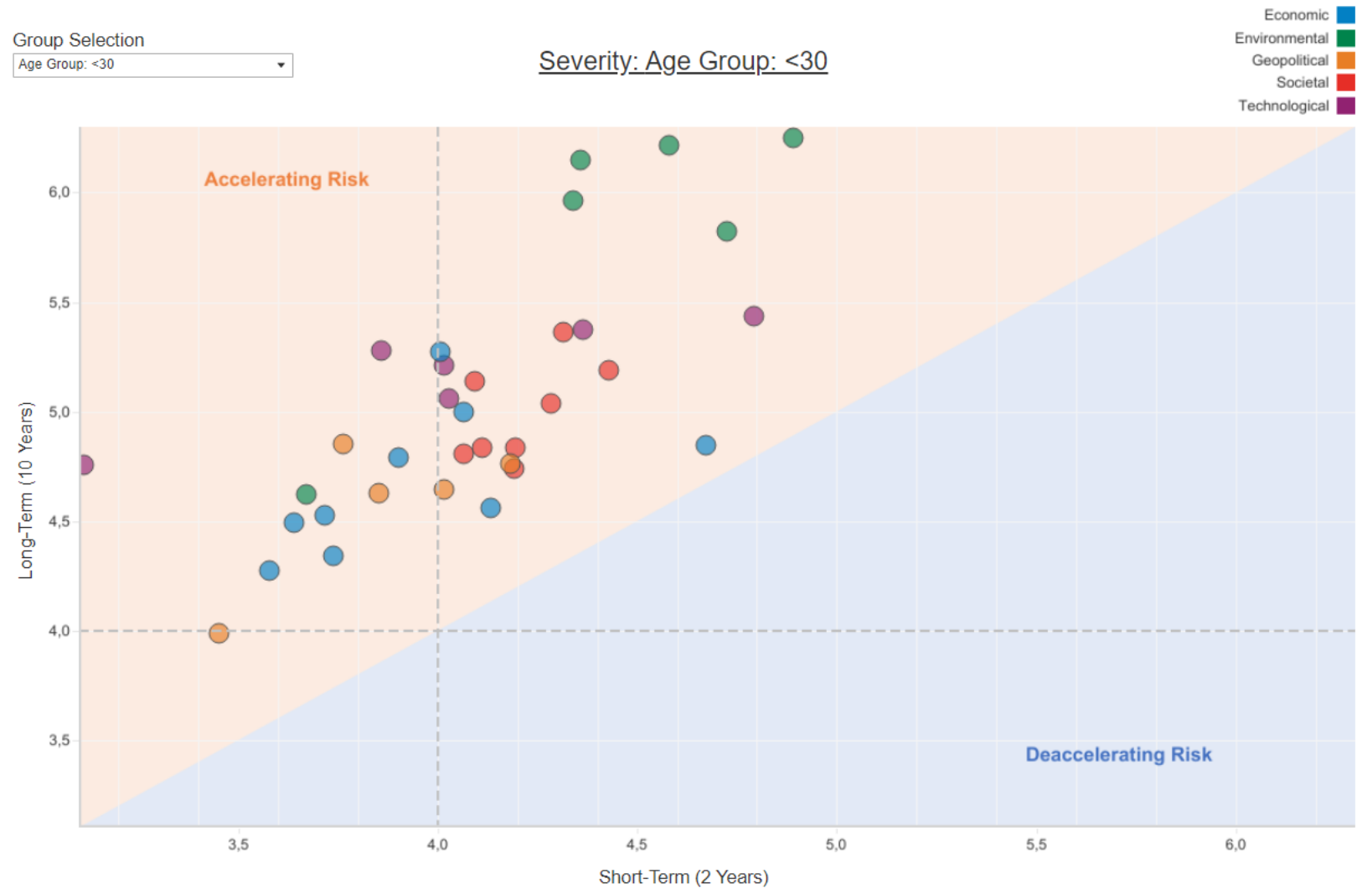
Current Risks (2024): Age Group: <30

- Economic
- Environmental
- Geopolitical
- Societal
- Technological



La percepción social del riesgo de la población más joven

Global Risks Perception Survey (GRPS)
Global Risks Report 2024
World Economic Forum



Short-term vs Long-term Comparison: Age Group: <30

La percepción social de la crisis climática: Riesgo vs Acción Climática

Eurobarómetro, julio 2023

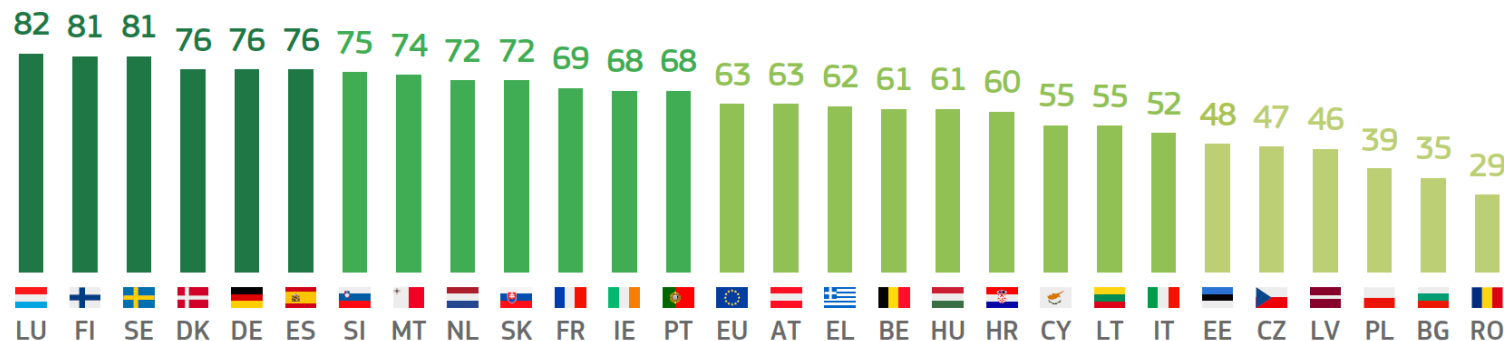


More than 9 in 10 EU citizens consider climate change a serious problem



Climate change is considered...
 a **very** serious problem (7-10)
 by **77%**
 a **fairly** serious problem (5-6)
 by **16%**
not a serious problem (1-4)
 by **7%**

More than 6 in 10 EU citizens say they have taken action to fight climate change over the past six months



Almost 4 in 10 EU citizens say they are personally exposed to environmental and climate-related risks and threats

Exposure to environmental and climate-related risks and threats



37%
are **exposed**
62%
are **not exposed**
1% don't know

*Casi nueve de cada diez europeos (87 %) creen que es necesario que la UE aumente el uso de **energía renovable**, y un 85 % cree que es importante que la UE tome medidas para **mejorar la eficiencia energética***

La percepción social del riesgo en España

Pregunta 1

¿Diría Ud. que en estos momentos el cambio climático le preocupa mucho, bastante, poco o nada?

	Edad de la persona entrevistada														
	TOTAL	De 18 a 24 años		De 25 a 34 años		De 35 a 44 años		De 45 a 54 años		De 55 a 64 años		De 65 a 74 años		75 y más años	
Mucho	38,2	29,2	33,5	33,3	39,0	42,7	44,9	40,6	29,2	33,5	33,3	39,0	42,7	44,9	40,6
Bastante	40,6	44,1	42,3	41,7	40,7	39,6	37,0	40,2	44,1	42,3	41,7	40,7	39,6	37,0	40,2
(NO LEER) Regular	1,3	2,4	2,2	0,9	0,6	1,3	1,9	1,1	2,4	2,2	0,9	0,6	1,3	1,9	1,1
Poco	12,7	19,9	15,7	15,0	13,1	10,0	8,5	9,8	19,9	15,7	15,0	13,1	10,0	8,5	9,8
Nada	6,4	3,5	6,2	9,1	6,0	5,7	7,0	6,3	3,5	6,2	9,1	6,0	5,7	7,0	6,3
N.S.	0,2	-	-	-	0,1	0,3	-	0,9	-	-	-	0,1	0,3	-	0,9
N.C.	0,5	0,9	-	-	0,4	0,3	0,7	1,2	0,9	-	-	0,4	0,3	0,7	1,2
(N)	(4.029)	(337)	(481)	(662)	(794)	(705)	(521)	(529)	(337)	(481)	(662)	(794)	(705)	(521)	(529)

Pregunta 0c

En primer lugar quisiera preguntarle si tiene Ud....

La nacionalidad española	96,1
La nacionalidad española y otra	3,9
(N)	(4.029)

Pregunta 1

¿Diría Ud. que en estos momentos el cambio climático le preocupa mucho, bastante, poco o nada?

Mucho	38,2
Bastante	40,6
(NO LEER) Regular	1,3
Poco	12,7
Nada	6,4
N.S.	0,2
N.C.	0,5
(N)	(4.029)

El estudio longitudinal de Meira et al. (2021 y 2013) indica que la población española ha ido incrementando su nivel de consciencia y conocimiento sobre el fenómeno del cambio climático y los riesgos que comporta. Paralelamente, ha ido aumentando la proporción de personas que se muestra de acuerdo con las medidas para combatir los impactos.

La percepción social del riesgo en España

Pregunta 0a

Sexo:

Hombre	48,3
Mujer	51,7
(N)	(4.029)

La influencia de la ideología

Pregunta 1

¿Diría Ud. que en estos momentos el cambio climático le preocupa mucho, bastante, poco o nada?

	TOTAL	Escala de autoubicación ideológica (1-10)											
		1 Izquierda	2	3	4	5	6	7	8	9	10 Derecha	N.S.	N.C.
Mucho	1.540	18,5	10,1	19,3	9,5	18,1	6,1	5,5	4,6	0,8	3,7	1,8	2,0
Bastante	1.636	11,2	4,4	14,8	10,5	22,8	9,7	8,9	6,3	1,1	5,6	1,3	3,5
(NO LEER) Regular	54	4,2	-	8,5	8,1	31,0	5,8	12,5	10,6	-	11,9	-	7,5
Poco	513	3,2	1,9	3,2	5,8	24,5	14,0	16,2	15,2	3,7	8,2	0,8	3,4
Nada	260	3,6	0,6	3,0	2,5	22,8	8,6	16,5	13,3	4,2	16,2	2,3	6,4
N.S.	7	-	-	-	12,2	15,8	-	10,4	-	-	24,8	36,7	-
N.C.	19	11,2	-	-	-	16,8	-	24,1	22,6	-	14,6	-	10,7
(N)	(4.029)	12,4	5,9	14,1	8,9	21,3	8,7	9,1	7,4	1,5	6,0	1,5	3,2

Pregunta 1

¿Diría Ud. que en estos momentos el cambio climático le preocupa mucho, bastante, poco o nada?

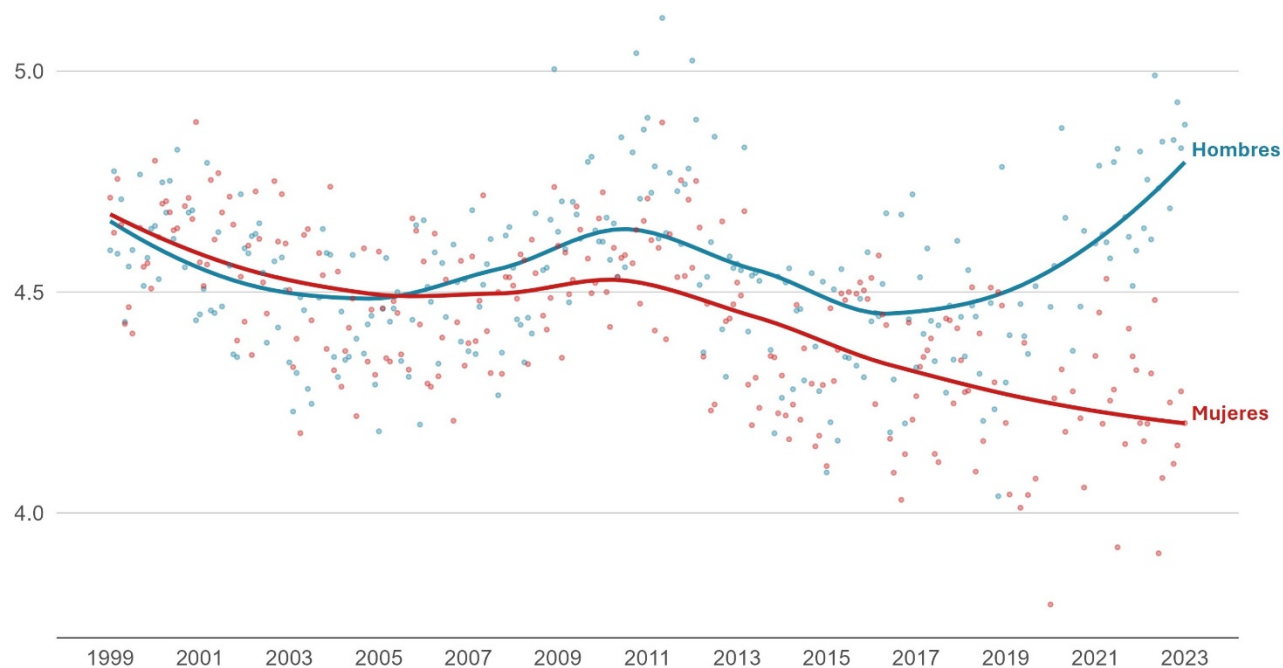
Mucho	38,2
Bastante	40,6
(NO LEER) Regular	1,3
Poco	12,7
Nada	6,4
N.S.	0,2
N.C.	0,5
(N)	(4.029)

Fuente: CIS, 2023

Ideología, género y preocupación por el CC

Evolución ideológica entre **hombres** y **mujeres** jóvenes (18-30 años)

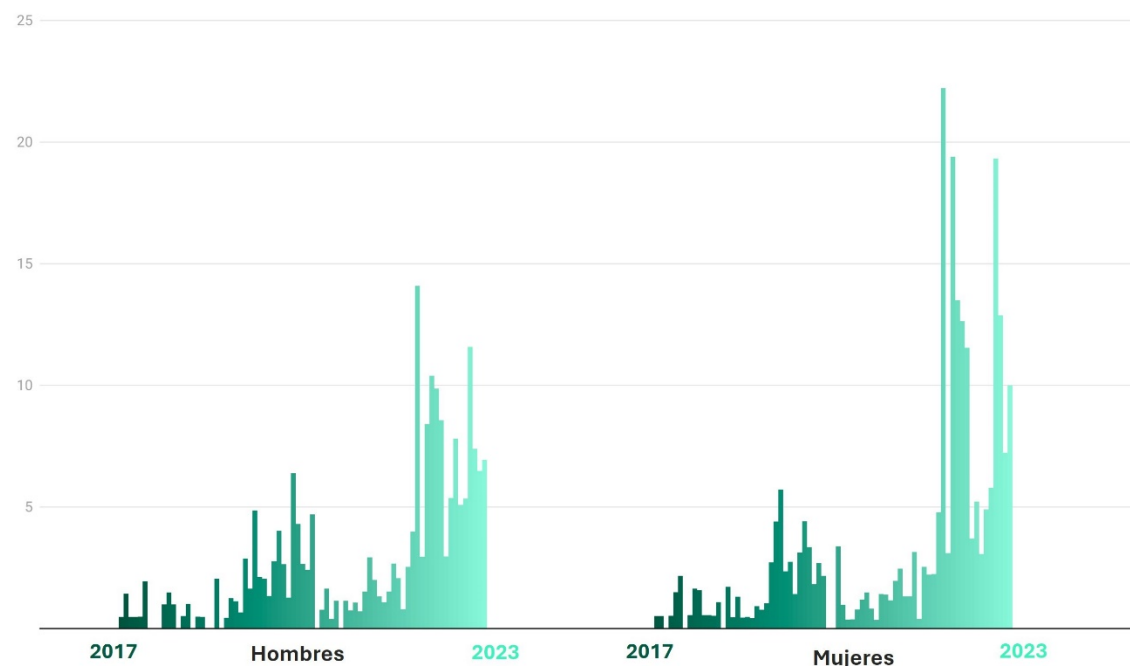
Barómetros mensuales CIS 1999-2024



Realizado por: Jorge Jiménez Arias | @jor_arias

Evolución de la preocupación por el **cambio climático** y el **medio ambiente** entre jóvenes (18-30 años)

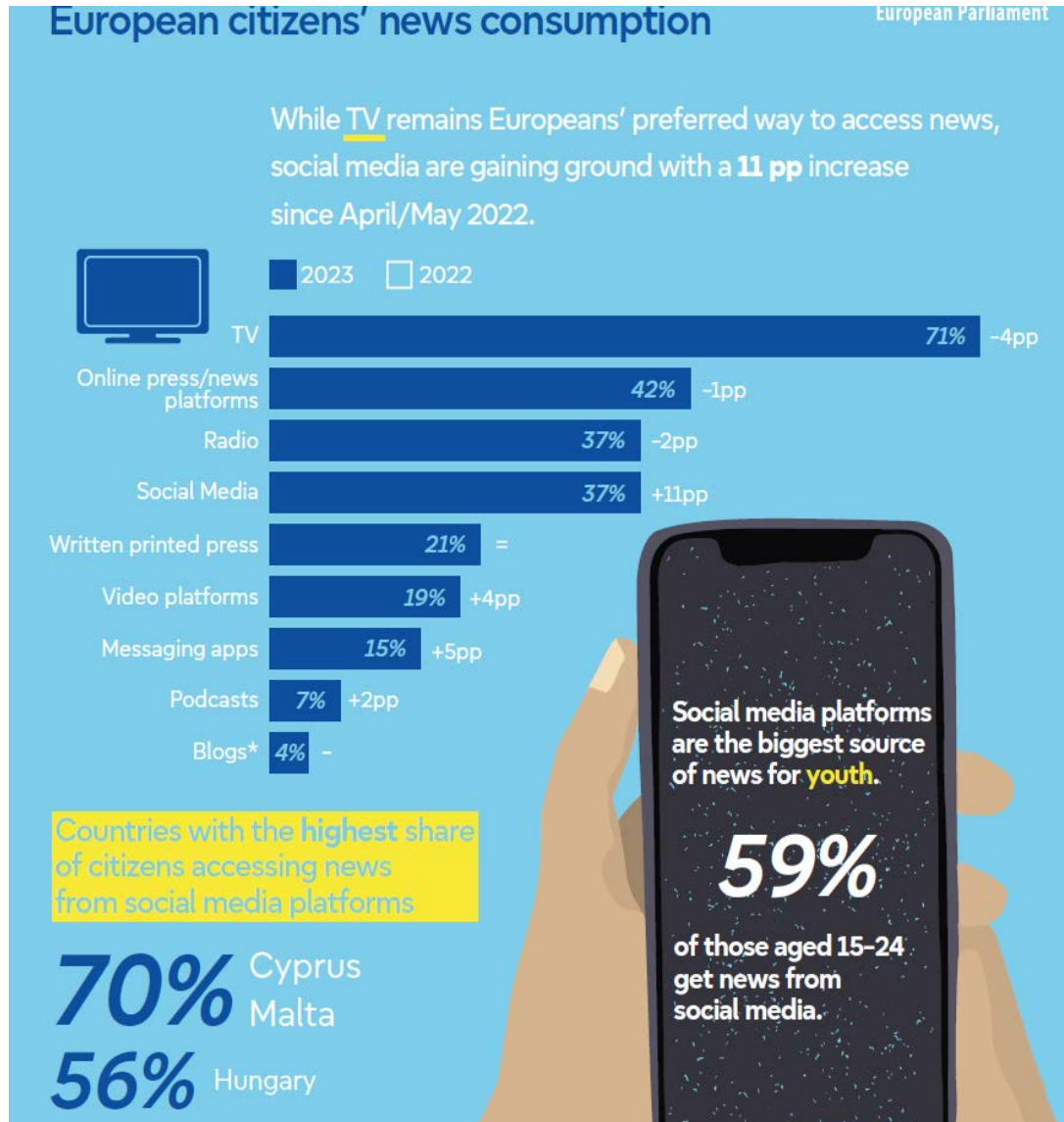
Barómetros mensuales CIS Enero 2017- Diciembre 2023



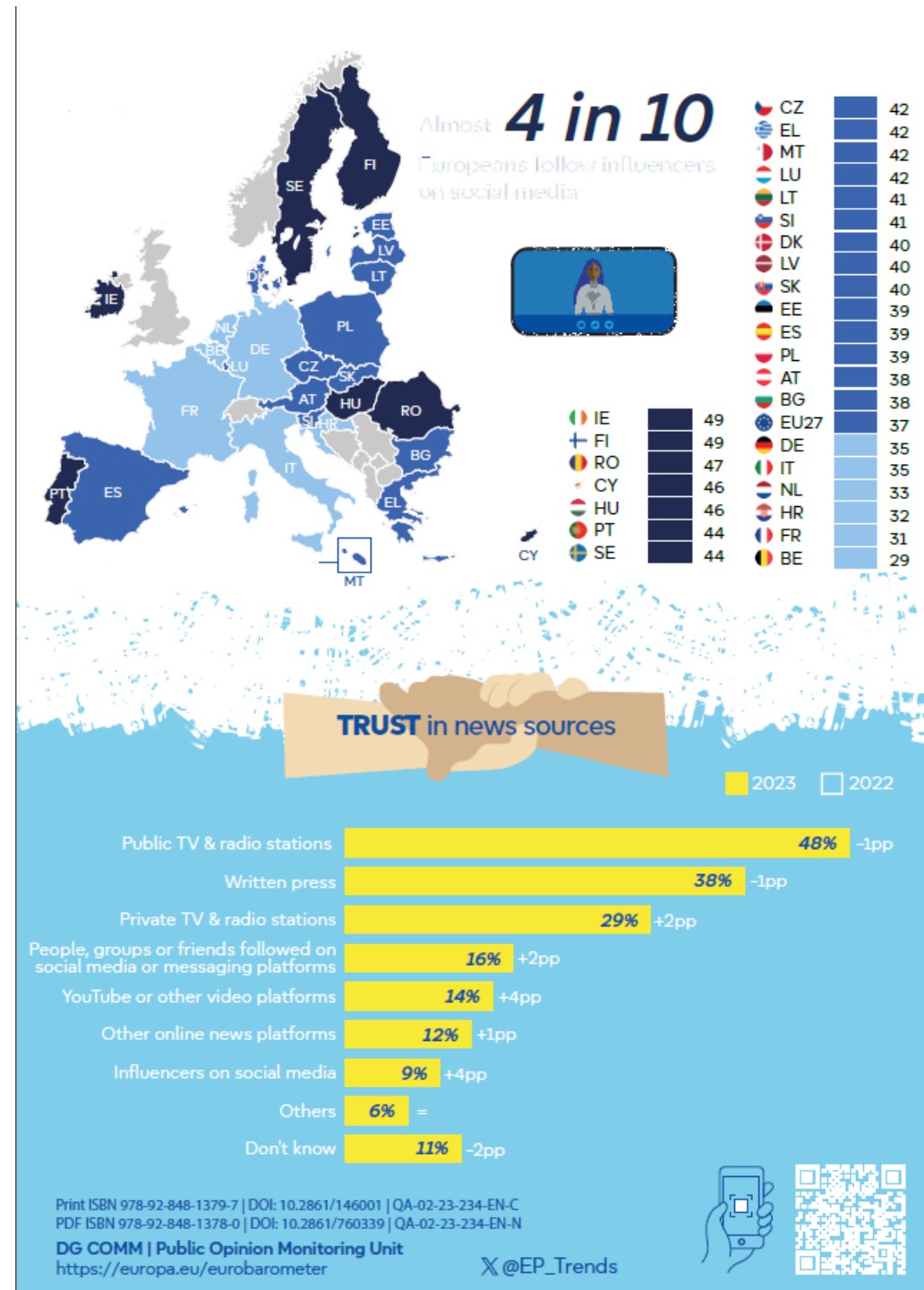
Realizado por: Jorge Jiménez Arias | @jor_arias

Fuente: Jorge Jimenez Arias, 2024, a partir de los datos del CIS 1999- 2023

¿Cómo se informa la ciudadanía?

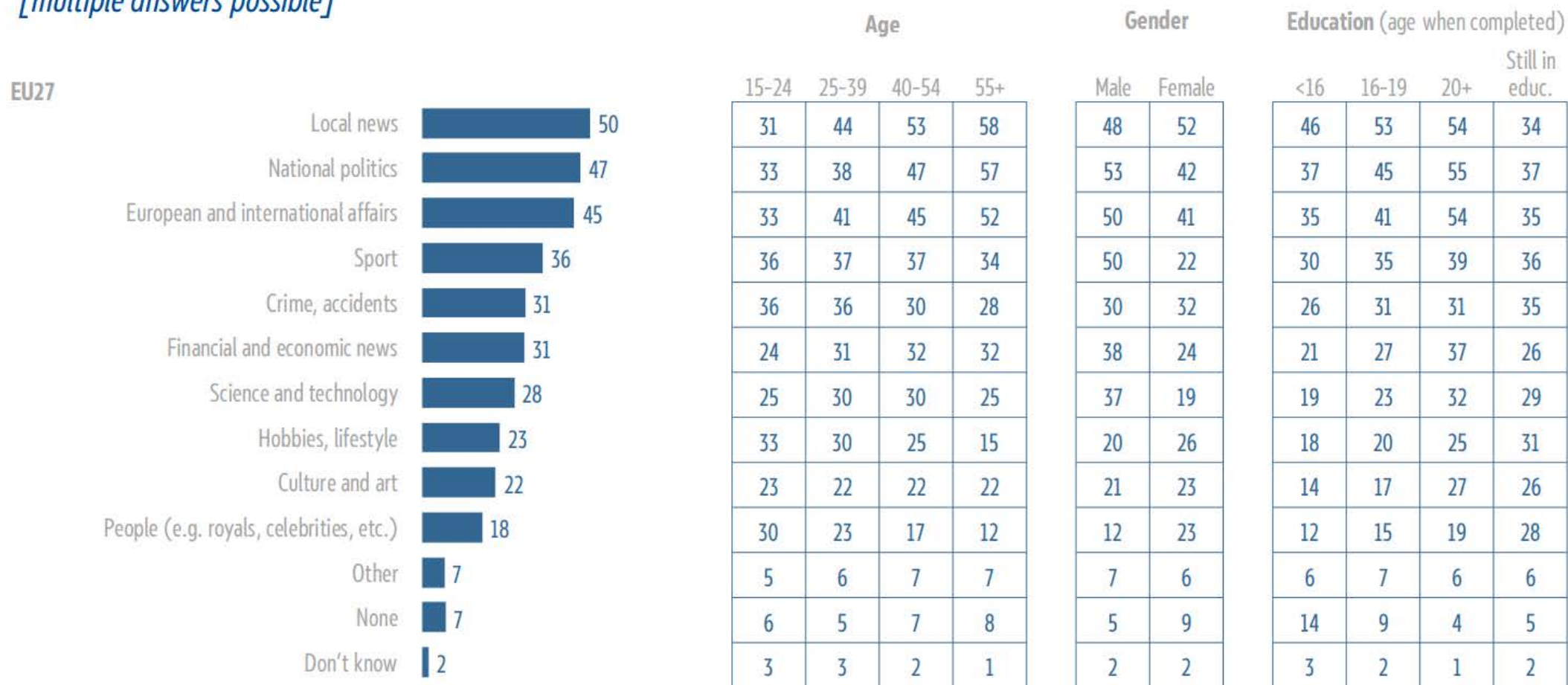


Fuente: Eurobarometer *Media & News Survey* 2023



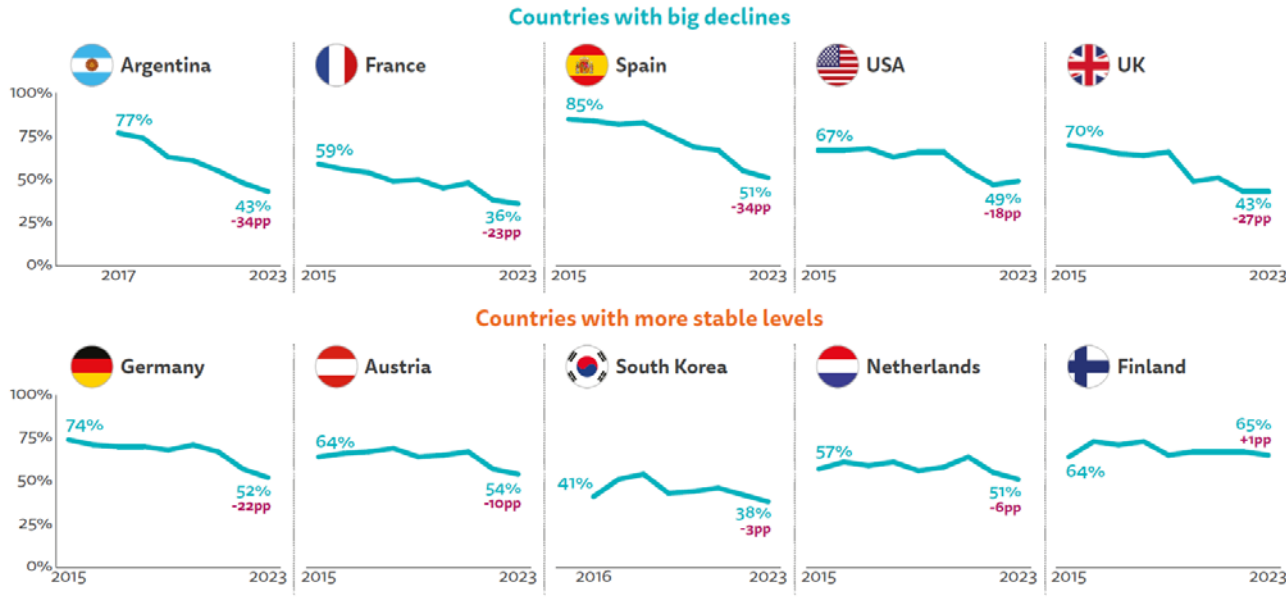
Eurobarómetro *Media & News Survey* 2023, p. 16.

Q6 | Thinking about news and other information, which of the following topics have you accessed in the past 7 days?
[multiple answers possible]



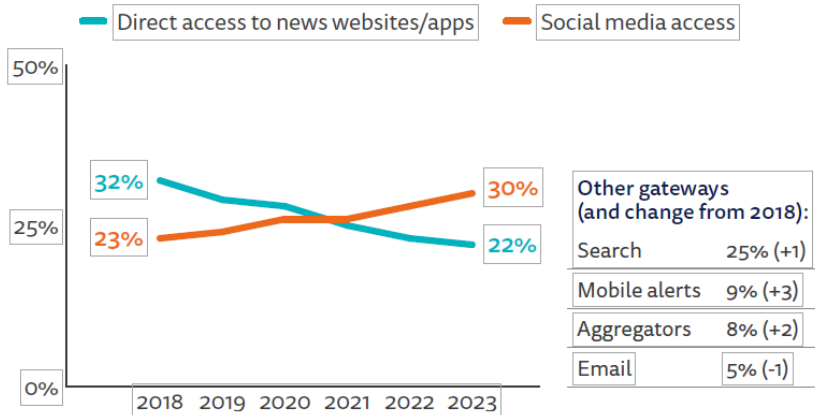
Digital News Report 2023

PROPORTION THAT SAY THEY ARE VERY OR EXTREMELY INTERESTED IN NEWS (OVER TIME) - SELECTED COUNTRIES



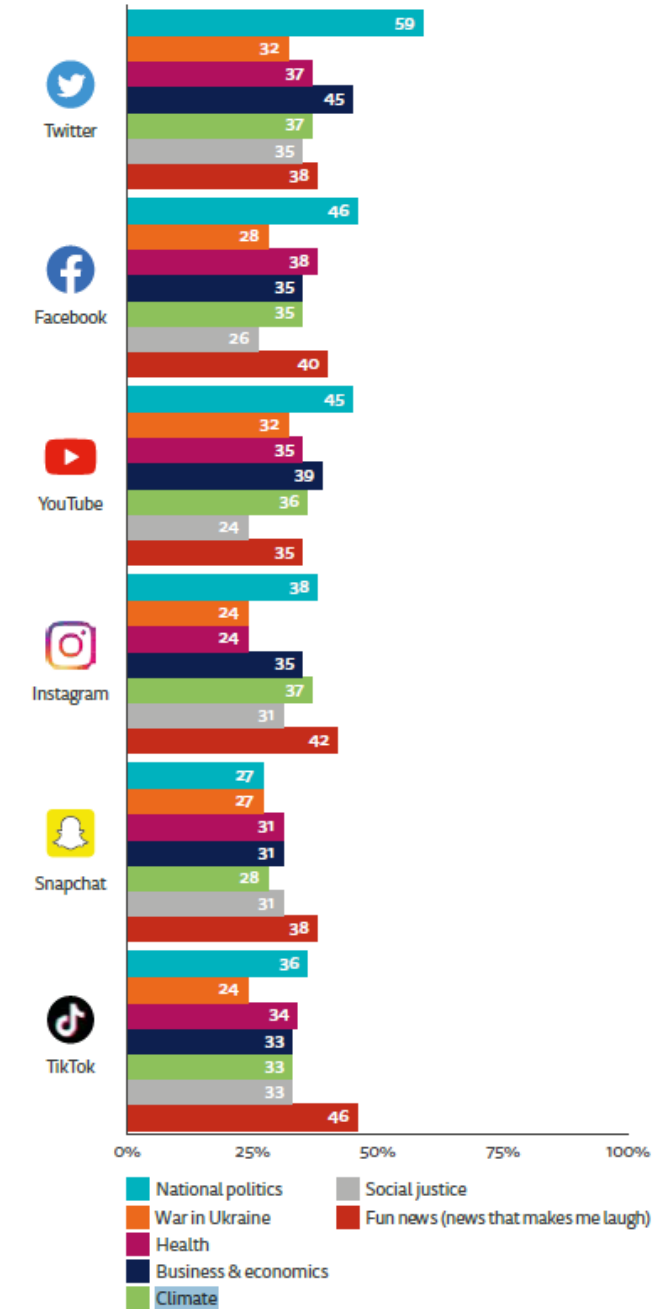
Q1c. How interested, if at all, would you say you are in news? Base: Total sample in each country-year = 2000. Finland in 2015 = 1509.

PROPORTION THAT SAY EACH IS THEIR MAIN WAY OF GETTING NEWS ONLINE (2018-2023) - ALL MARKETS



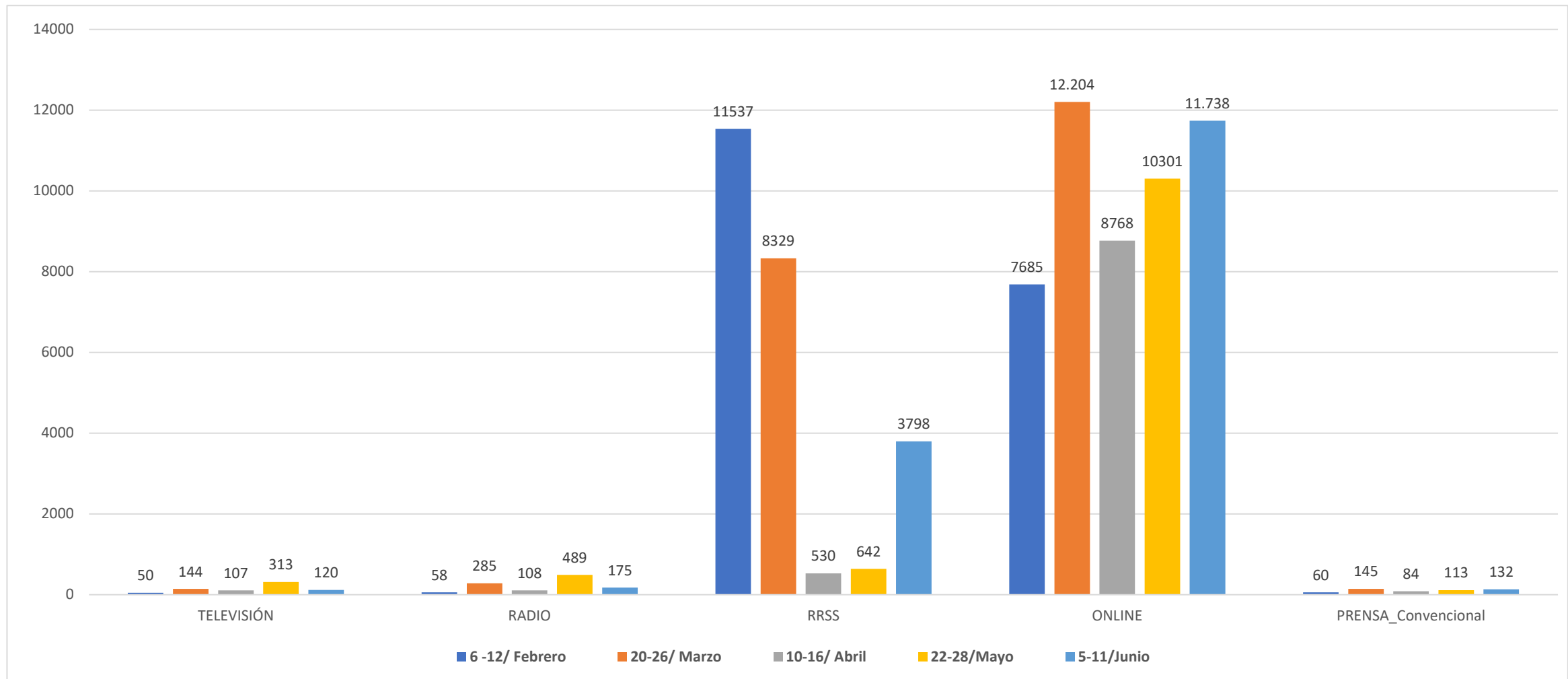
Fuente: Nic Newman with Richard Fletcher, Kirsten Eddy, Craig T. Robertson, and Rasmus Kleis Nielsen. Digital News Report 2023. Reuters Institute

PROPORTION THAT PAY ATTENTION TO EACH NEWS TOPIC (BY SOCIAL NETWORK) - ALL MARKETS



3. EL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DEL CC EN 2023

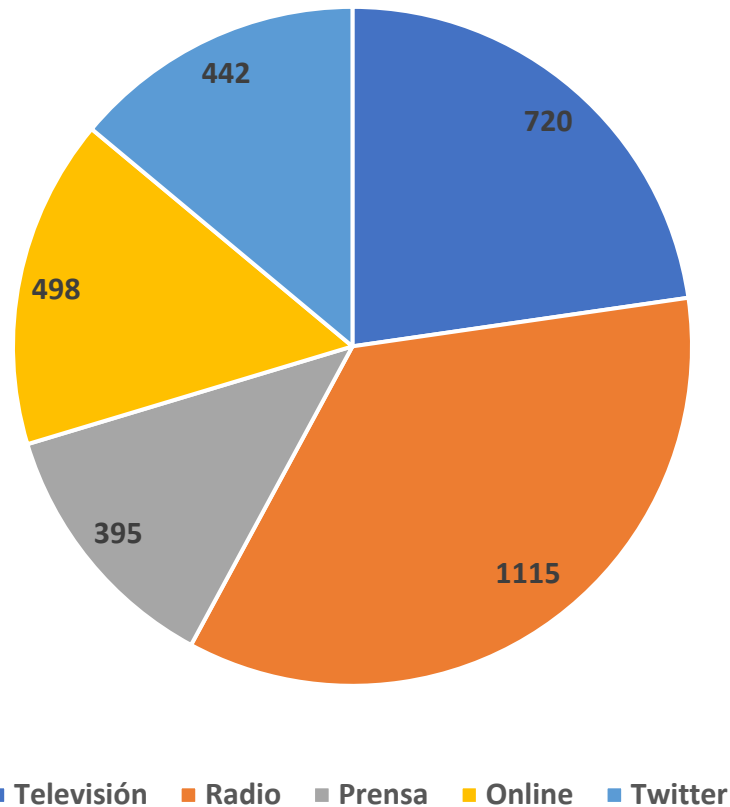
Técnica de “muestreo aleatorio sistemático por meses de semanas naturales” (Kaiser, 1961).



Fuente: ELABORACIÓN PROPIA a partir de datos facilitados por Kantar Media (Onclusive), Pressclipping y MyNews

3. EL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DEL CC EN 2023

Unidades analizadas: **3170**



• MUESTREO POLIETÁPICO ONLINE Y TWITTER:

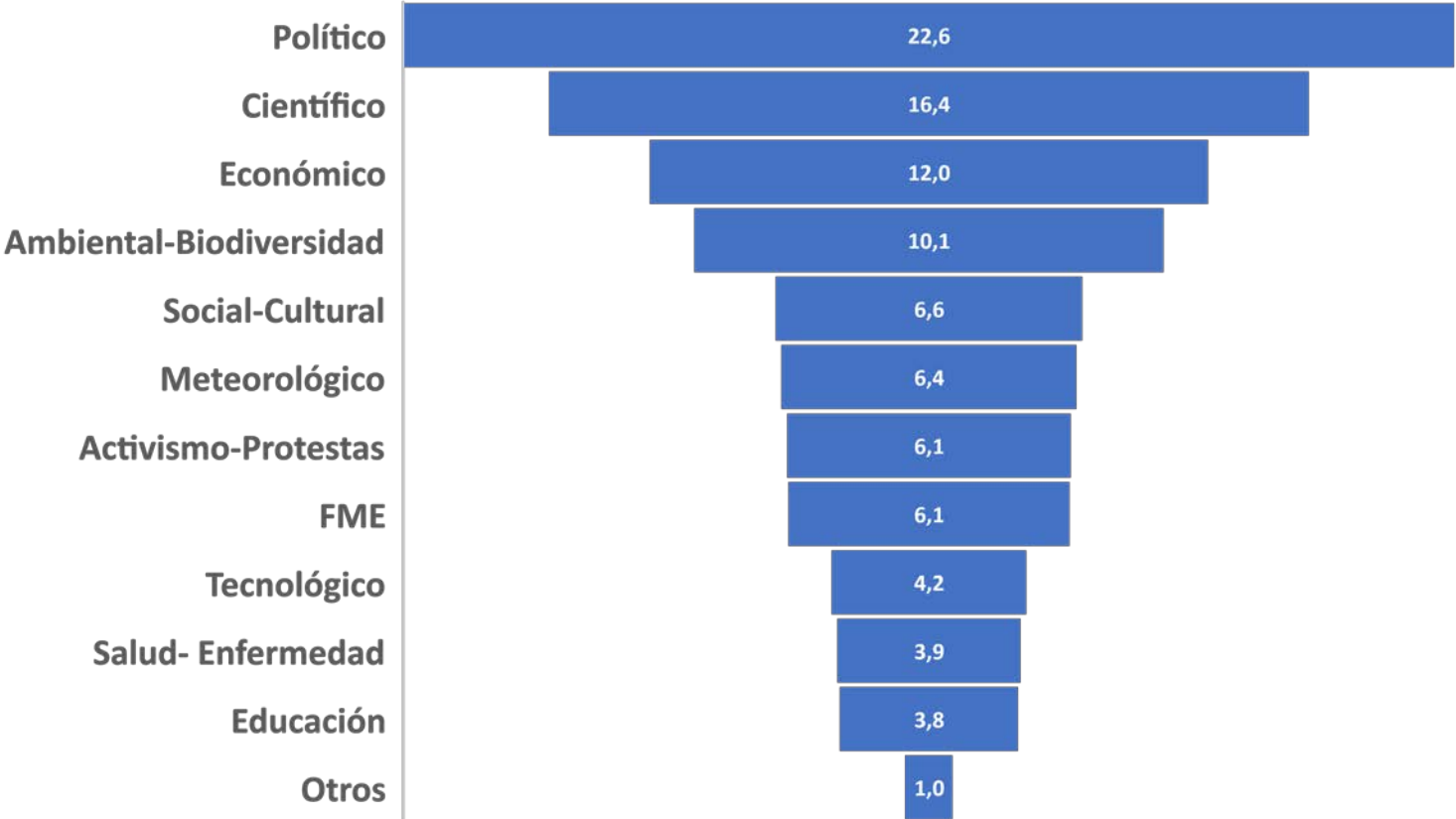
- Muestreo aleatorio sistemático sobre el marco muestral **Online**: 44.543 casos de 5 semanas. Muestra de 500 casos (498)
- Muestreo aleatorio sistemático sobre el marco muestral **Twitter**: 21.989 casos de 5 semanas. muestra de 453 casos.

	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	720	22,7
Radio	1115	35,2
Prensa Convencional	395	12,5
Online	498	15,7
Twitter	442	13,9
Total	3170	100,0

Margen de error de $\pm 4,5\%$, con un coeficiente de confianza del 95,5% (2 sigma)

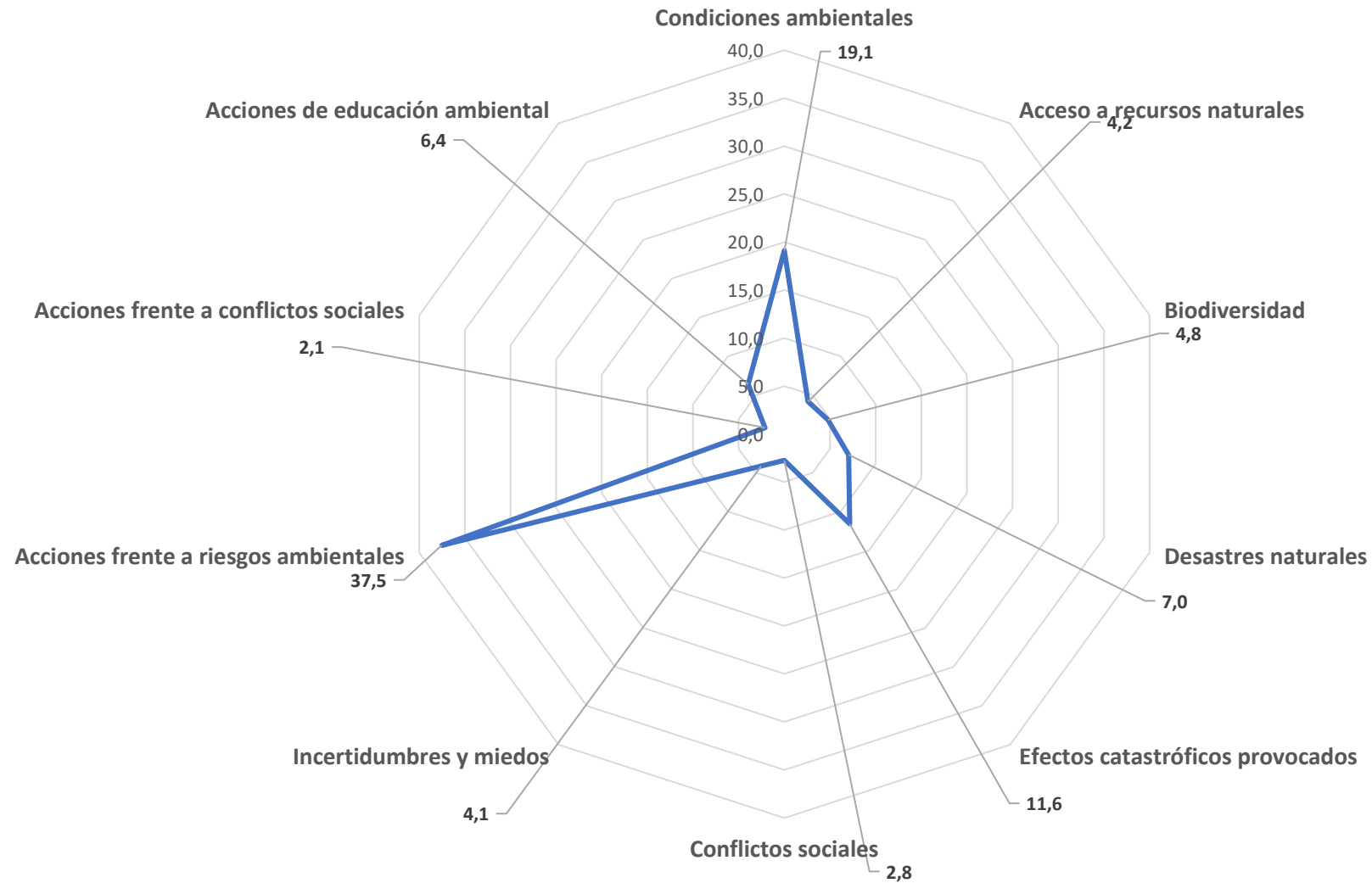
Enmarcado temático de la información sobre el cambio climático

Es el tema principal	2029	64,0%
Es un tema secundario	1100	34,7%
Total	3170	100,0%



Fuente: Elaboración propia

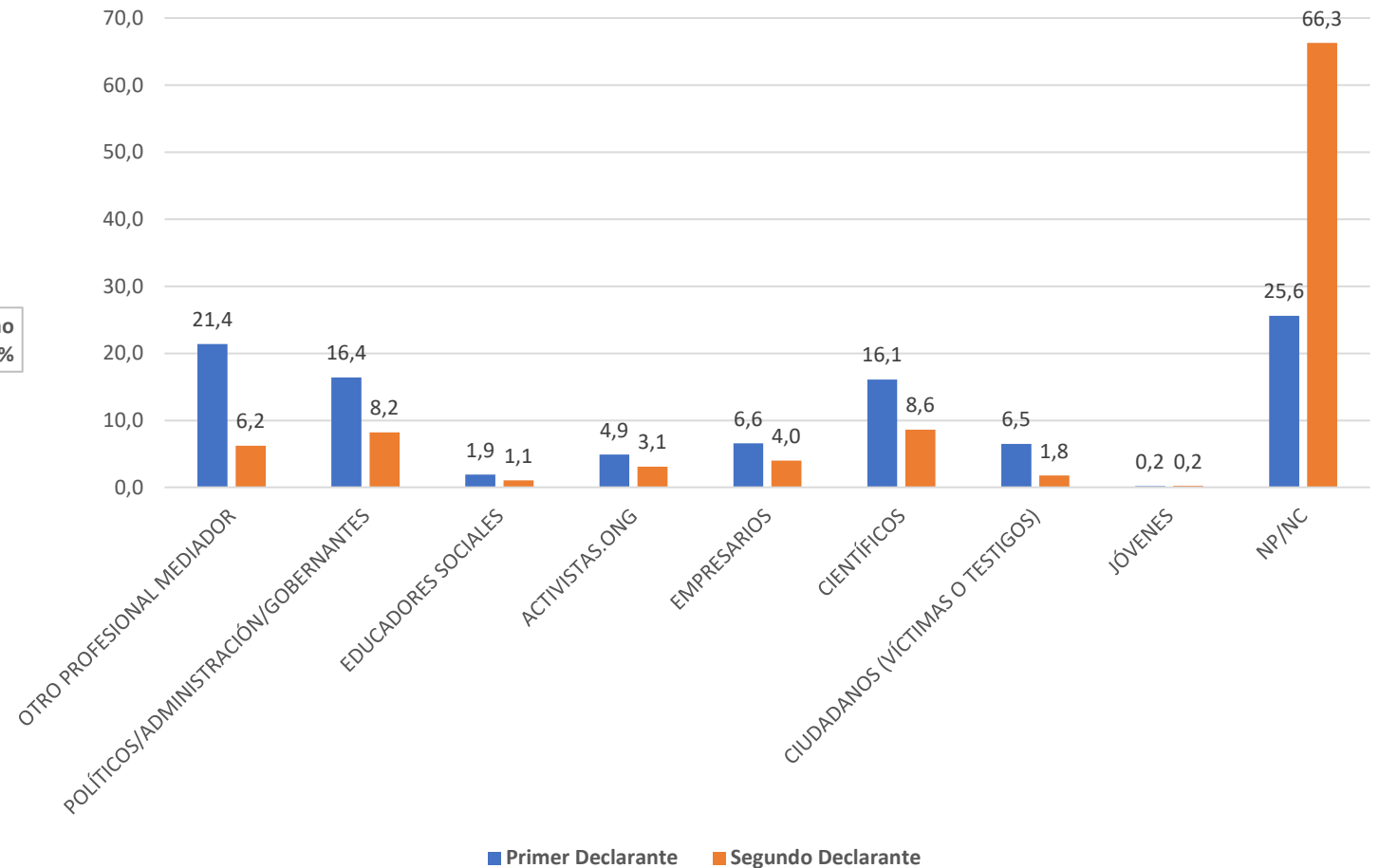
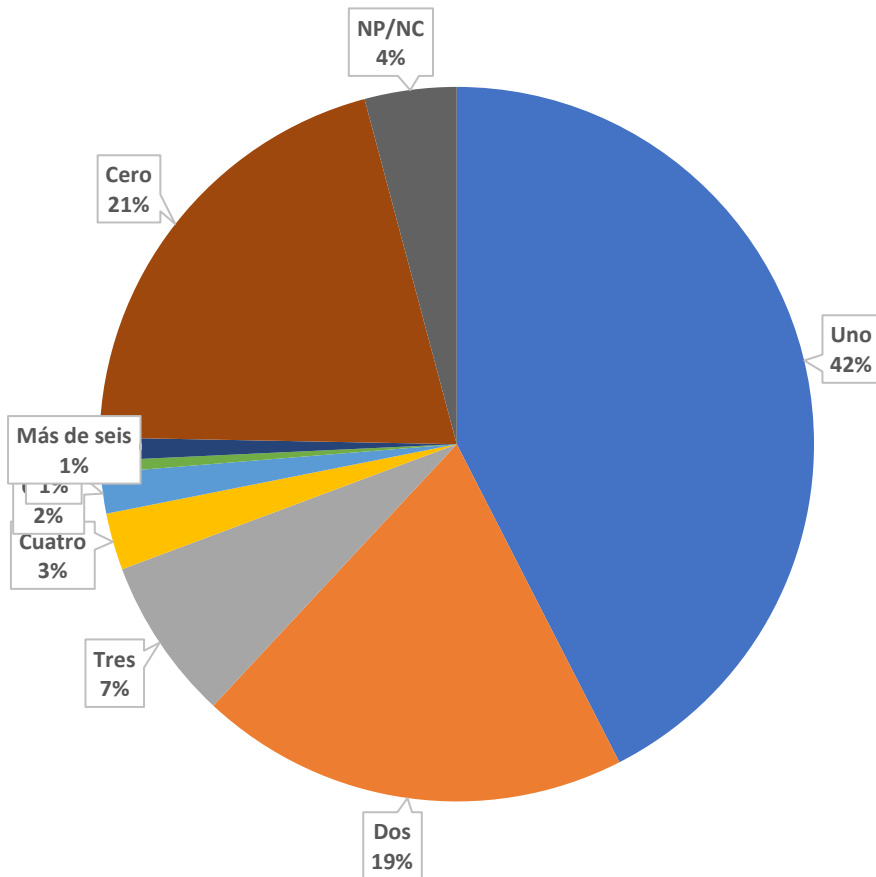
Categorías temáticas: Medios + Twitter (porcentajes)



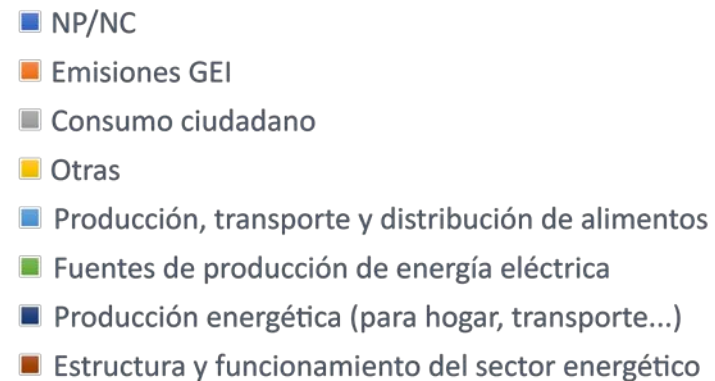
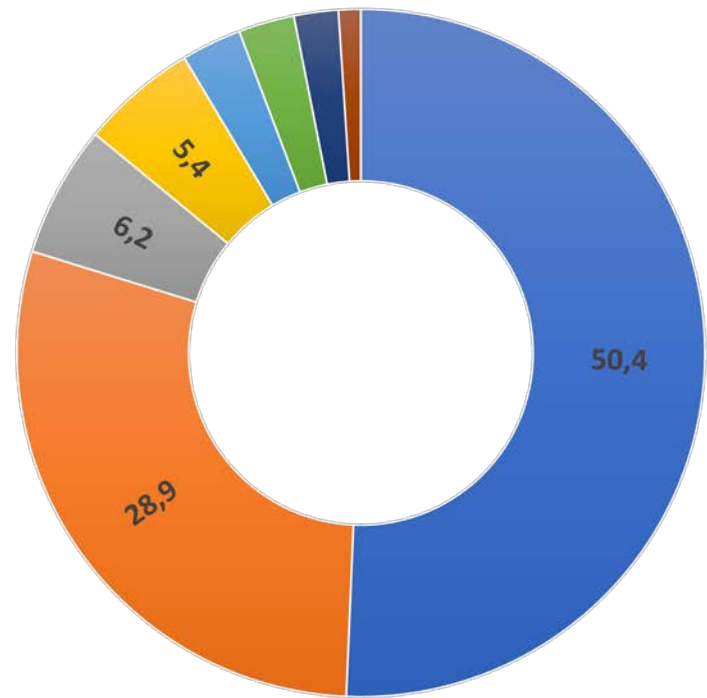
Fuente: Elaboración propia

Quiénes toman la palabra en Medios y Twitter (%)

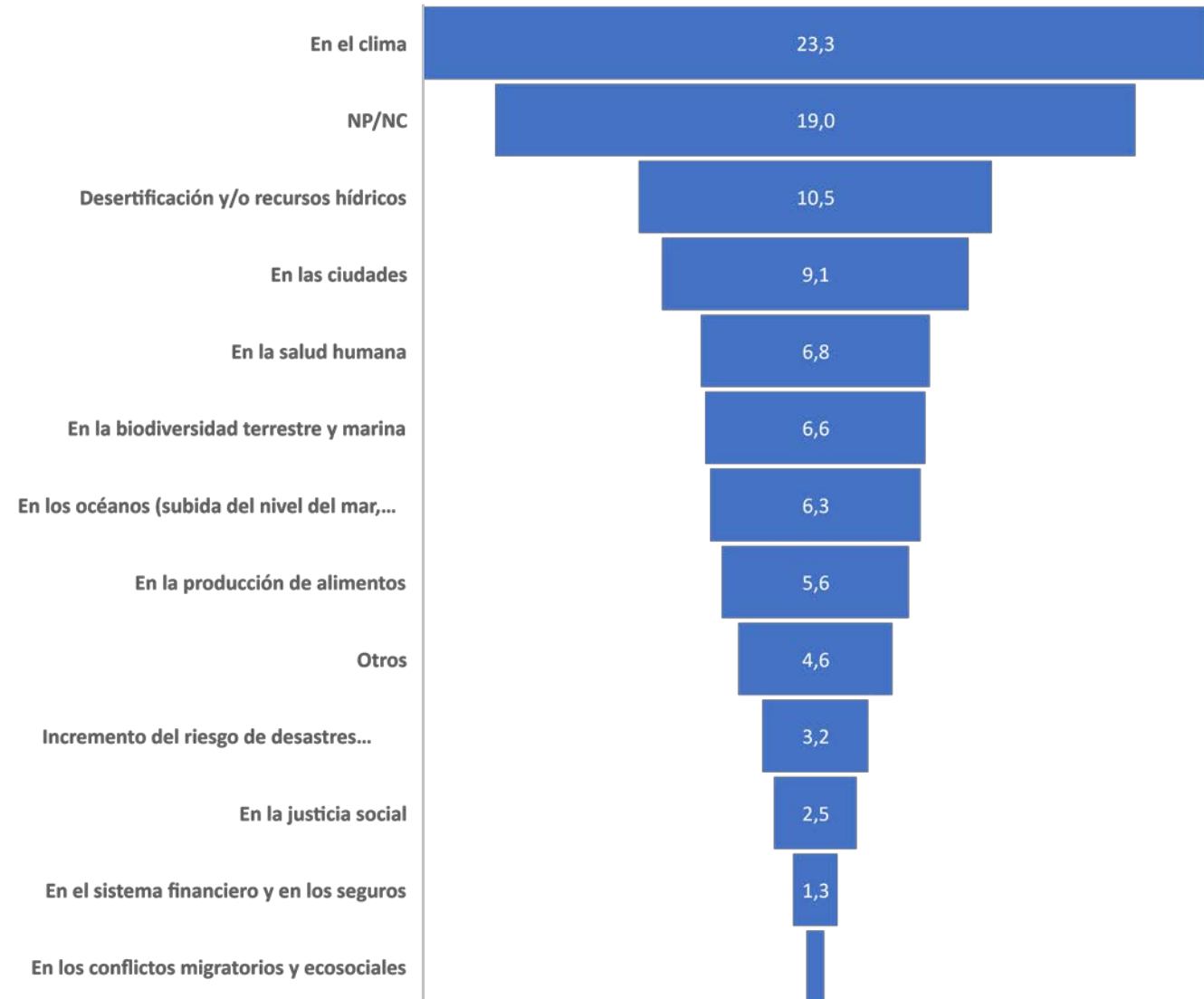
N.º Declarantes



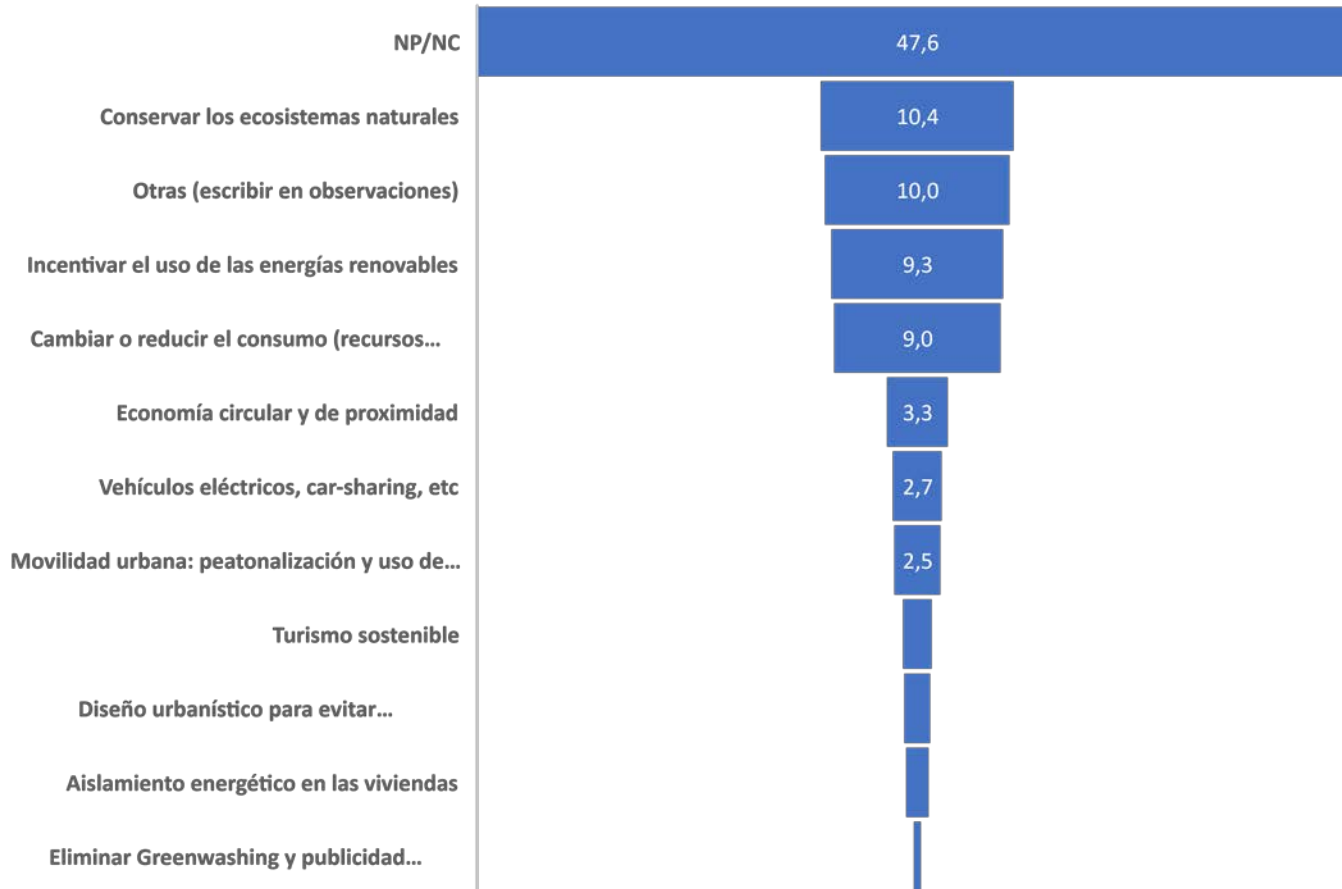
La comunicación de las CAUSAS (%) y de los IMPACTOS (%)



Fuente: Elaboración propia



Medidas de Mitigación (%) y Adaptación (%) comunicadas en Medios y Twitter



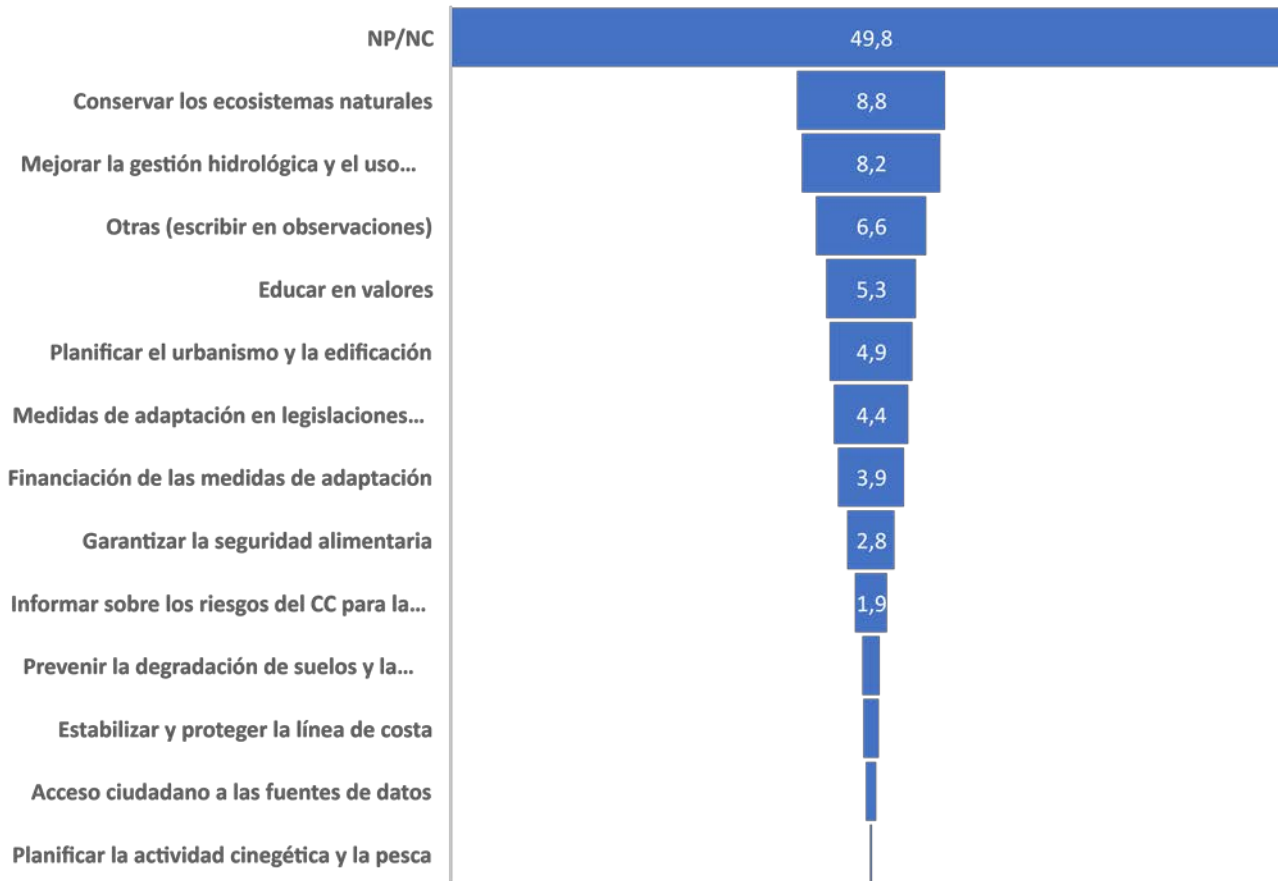
Cuando los paneles fotovoltaicos generan energía... y miel 'solar' | Canarias7

Medio: @ CANARIAS 7

Fecha: 16.04.2023

Fuente: Elaboración propia

Medidas de Mitigación (%) y Adaptación (%) comunicadas en Medios y Twitter



Fuente: Elaboración propia



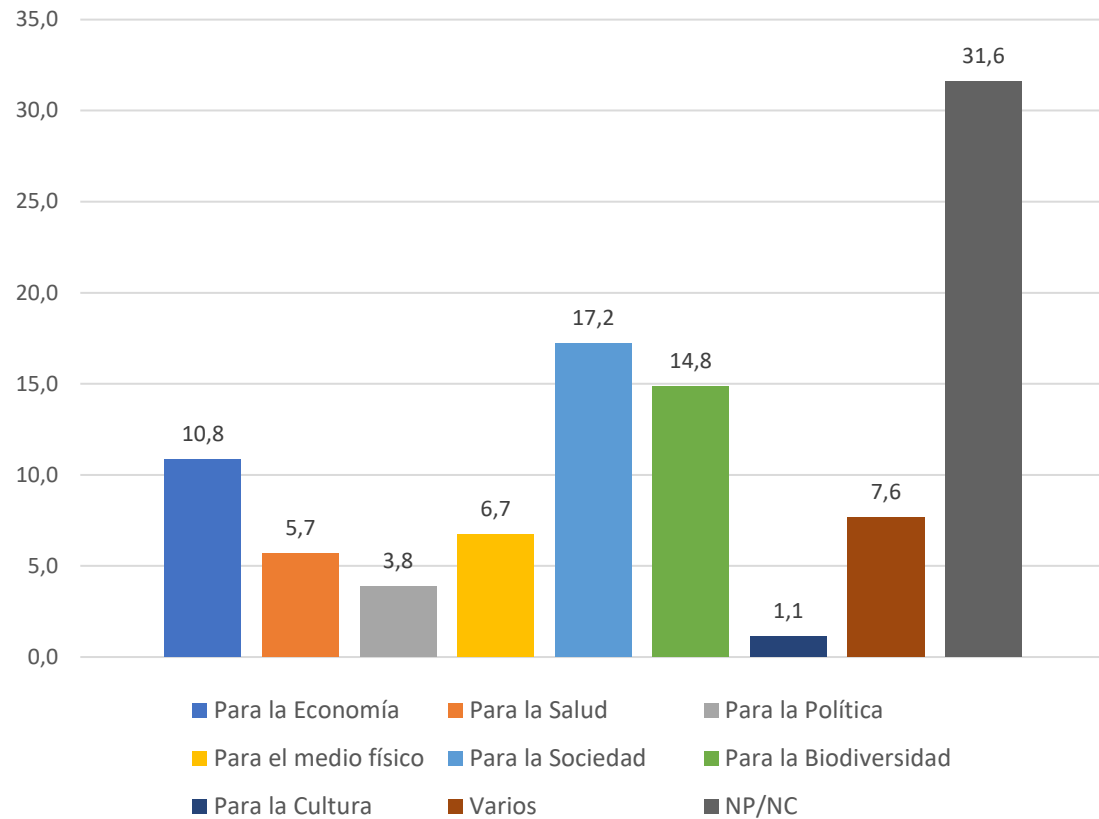
Barcelona impulsa la regulación de 31 nuevos depósitos fluviales (elperiodico.com)

Medio: @ EL PERIÓDICO DE CATALUNYA

Fecha: 15.04.2023

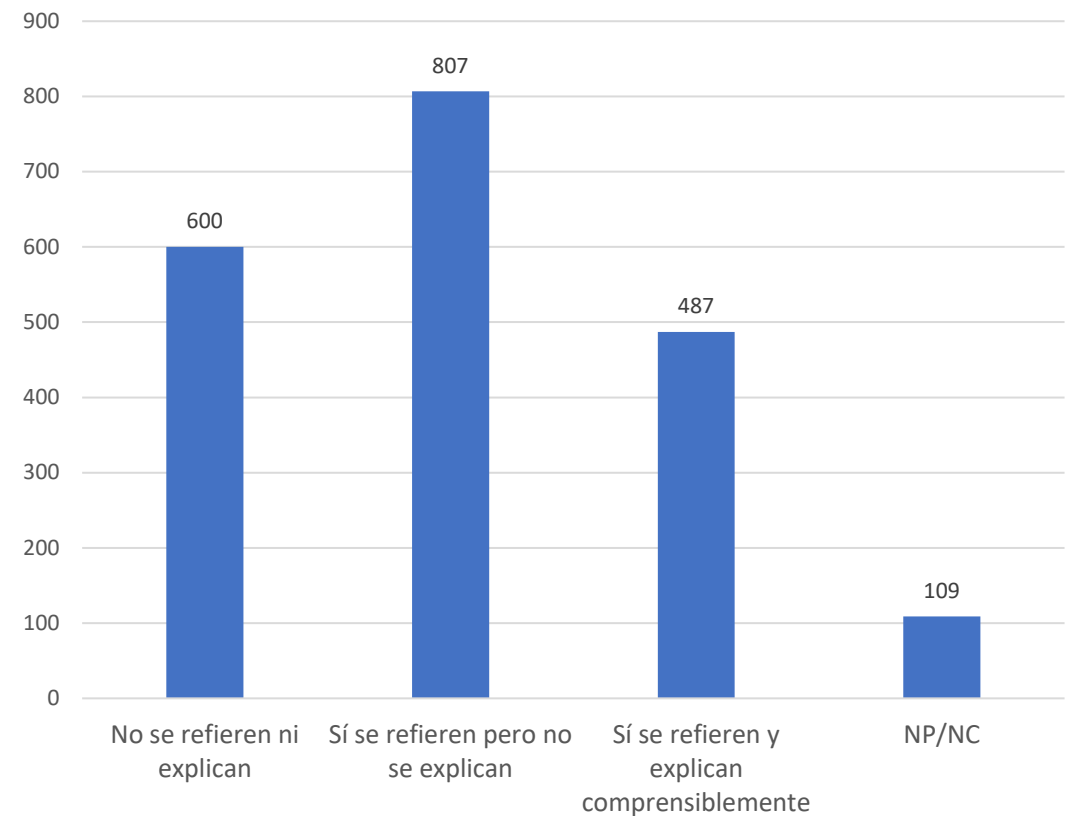
La comunicación de la Transición Ecológica (%) y la Comprensibilidad del Mensaje (Frecuencias)

Los beneficios de la Transición Ecológica (%)



Fuente: Elaboración propia

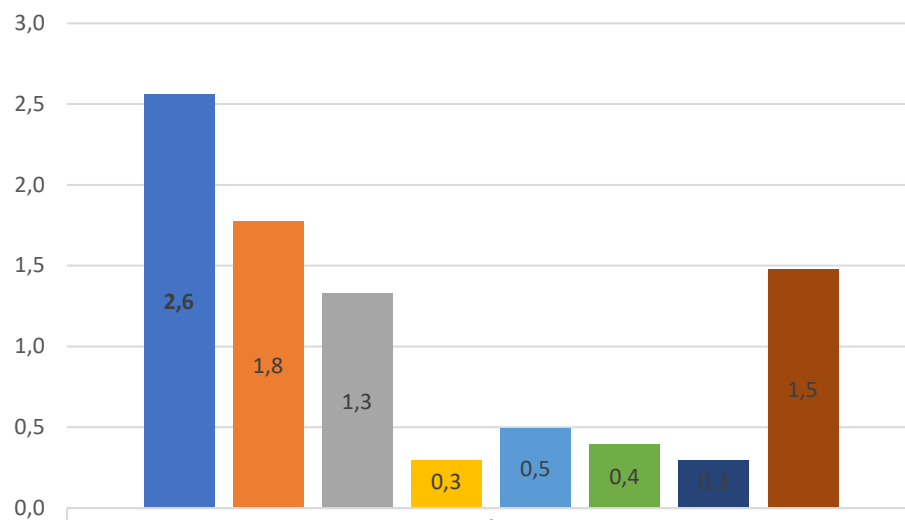
Conceptos- fenómeno CC (frecuencias)



Fuente: Elaboración propia

En negacionismo en los Medios y en Twitter

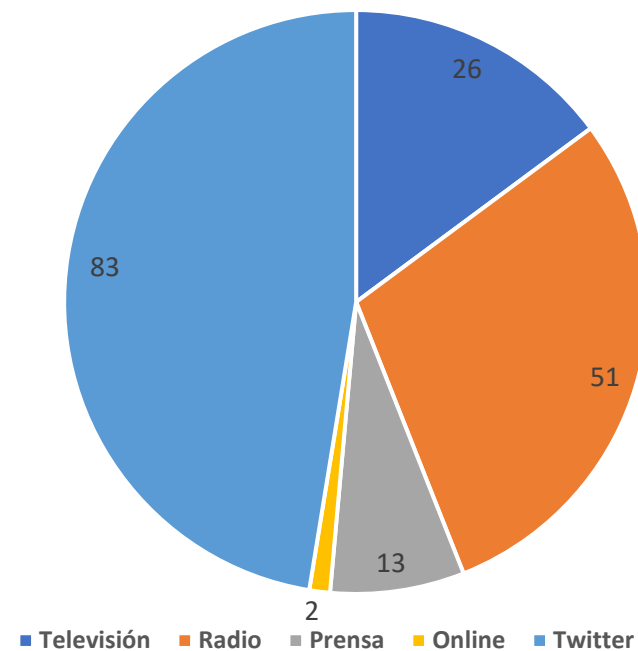
Porcentajes negacionismo: SÓLO 9,4% del total



■ Negación causa/s (Origen antrópico).	2,6
■ Negación o minusvaloración impactos	1,8
■ Negación mitigación	1,3
■ Negación adaptación	0,3
■ Negación causas+soluciones	0,5
■ Negación causas+impactos	0,4
■ Negación impactos+soluciones	0,3
■ Negación causa/s+ impactos+soluciones	1,5

Fuente: Elaboración propia

Gráfico de Frecuencias



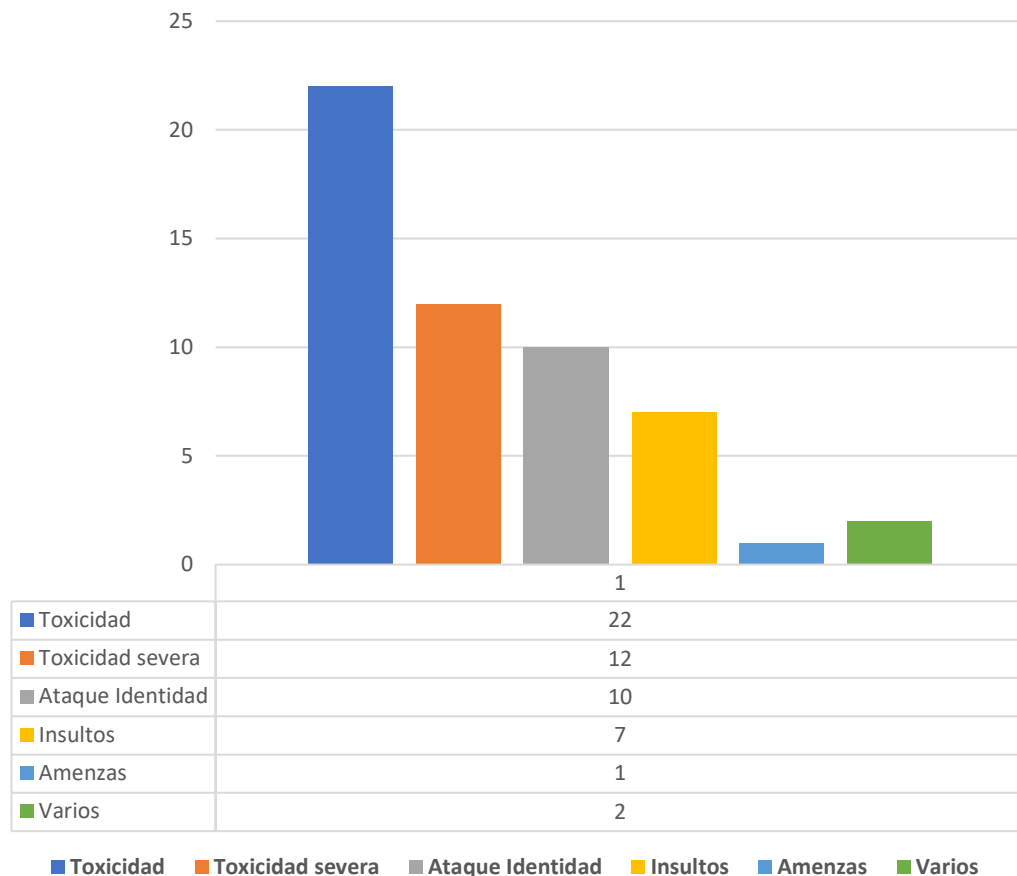
De 2029 unidades en las que el CC es tema principal, hay negacionismo en menos de un 10%, fundamentalmente en Twitter

Fuente: Elaboración propia

Discurso de odio: en menos del 3% de los casos (55 publicaciones)

37 de los 55 casos de discurso de odio se encuentran en Twitter

Teorías conspiranoicas que provocan las amenazas de “ciudadanos anónimos” a la AEMET o a meteorólogos/as, a quienes acusan de provocar la sequía con aviones



Fuente: Elaboración propia

A screenshot of a Twitter post. The post is from the account AEMET_C. Valenciana (@AEMET_CValencia). The text of the post is: "¿Qué les parece?". Below the text is a quote from a user named Azota tu mente (@elazotamente). The quote reads: "Estoy seguro que algún compañero filtrara vuestras identidades y vuestros domicilios y os pensaréis en ir a trabajar y seguir con esto, esto os va a afectar a vosotros y a vuestras familias, estáis vendidos y sois cómplices de las muertes y enfermedades que trae consigo esto". The post was posted at 11:01 a. m. on January 27, 2024, and has 7 reproducciones. The post is from the account AEMET and AEMET_Corporativa and has 117.7K views. The post has 193 replies, 133 retweets, 338 likes, and 7 bookmarks.

Fuente: X (antes Twitter)


4. Retos para la comunicación de la crisis climática y de la transición

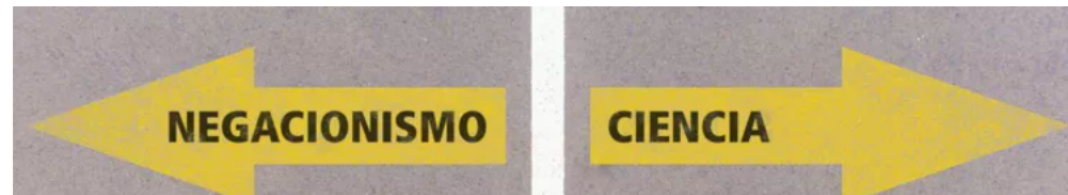
- La creciente desconfianza en los medios (*Public opinion monitoring unit*: Eurobarómetro)
- Contexto social de sobreinformación
- Desinformación o desórdenes informativos: información incompleta, descontextualizada, errónea o falsa (*fake news*)
- Uso partidista de los problemas ambientales: Politización de los problemas y polarización



El negacionismo como estrategia política en la campaña electoral

"Es un grave error fomentar el negacionismo como estrategia política porque la ciencia ofrece conocimiento y no ideología, los hechos son los que son y los son para todos, porque viajamos todos en la misma nave alrededor del sol", asegura la autora.

 **GEMMA TESO**
26 mayo, 2023



Fuente: Climática. Disponible en: <https://www.climatica.lamarea.com/opinion-negacionismo-estrategia-electoral/>

<https://edition.cnn.com/2024/01/16/climate/climate-denial-misinformation-youtube/index.html>

4. Retos: Individualismo y Guerras Culturales

Taylor-Gooby, P., Leruth, B. (2018). *El Neoliberalismo e individualismo*

- El neoliberalismo valora la interacción individual en los mercados libres (desregulados).
- Aboga por recortes en el “estado de bienestar” y una mayor responsabilidad individual.
- Fomenta actitudes: mérito, obligación, libertad de elección y resta importancia a la solidaridad y a la comunidad.

Individualism and Neo-Liberalism. In: Taylor-Gooby, P., Leruth, B. (eds) Attitudes, Aspirations and Welfare. Palgrave Macmillan, Cham.

https://doi.org/10.1007/978-3-319-75783-4_2

LAS GUERRAS CULTURALES EN UN ECOSISTEMA TRANSMEDIA Y LA POLARIZACIÓN POLÍTICA Y SOCIAL (John Postill, 2024)

El movimiento woke (activismo por la justicia social) y el movimiento anti woke.

<https://eventos.ucm.es/110434/detail/conferencia-con-john-postill-guerras-culturales-online-y-su-incidencia-en-la-polarizacion-politica-.html>



El presidente de Argentina, Javier Milei. EFE/GIAN EHRENZELLER

Javier Milei ataca en Davos las agendas internacionales de feminismo y el medioambiente

Fuente: EFE, 17 de enero de 2024

Fuente: X (antes Twitter)

0:52 🔔 📶 🔋 67%

← Post

 **Luis Ventoso**
@luis_ventoso

Seguir

Jamás se ha escuchado a un solo miembro del Gobierno regresista informando a los españoles del coste que tienen las políticas verdes para sus bolsillos



eldebate.com

El ecologismo, muy bien, pero es pijo y caro

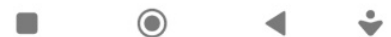
16:21 · 27 dic 23 · 827 Visualizaciones

4 Republicaciones 23 Me gusta



 **El Gallo Kiriko** @ElGallo... · 27 dic 23 ·
En respuesta a @luis_ventoso
Sus votantes tampoco lo tendrían en

Publicar tu respuesta



4. Retos. La criminalización del activismo climático

La Policía cierra su operación contra Futuro Vegetal con 22 detenidos a los que acusa de “organización criminal”

Los agentes atribuyen al colectivo 65 acciones de protesta que habrían provocado daños superiores al medio millón de euros y atribuyen a tres de ellos el papel de “coordinadores”

— Escalada contra el activismo climático en todo el mundo: cómo hemos pasado de la multa a la cárcel para los ecologistas



Foco | CRISIS CLIMÁTICA



Protesta de Futuro Vegetal en el aeropuerto de Barajas Futuro Vegetal

Pedro Águeda / Alberto Pozas 12 de enero de 2024 - 10:56h Actualizado el 12/01/2024 - 16:57h 51

La criminalización del activismo climático ya causa un efecto disuasorio:

“Muchos se han asustado”

La mayor presión contra las protestas que exigen medidas contundentes contra el cambio climático obliga a las organizaciones a dedicar recursos para defenderse y provoca que activistas abandonen la movilización para evitar el riesgo de cárcel

Fuente: https://www.eldiario.es/politica/policia-cierra-operacion-futuro-vegetal-22-detenidos-acusa-organizacion-criminal_1_10831621.html

4. Retos. Los discursos de odio

CENTER FOR COUNTERING DIGITAL HATE (CCDH)



The New Climate Denial

How social media platforms and content producers profit by spreading new forms of climate denial

2023 was the hottest year on record, ever. Billions of people across the world experienced extreme heat, droughts, wildfires and major floods. Climate deniers can no longer pretend climate change isn't happening - so they've changed their strategy. CCDH's groundbreaking AI-powered research shows that New Climate Denial narratives that aim to undermine the climate movement, science and solutions, now constitute 70% of climate denial content on YouTube in 2023.

[View report](#)

Published January 16, 2024



YouTube's Climate Denial Dollars

How Google is breaking its promise to stop profiting from ads on climate denial videos.

CCDH and the Climate Action Against Disinformation coalition found 200 videos on YouTube containing disinformation about climate change, with half of them directly breaching Google's policy. In total, they were seen 73.8 million times.

[View report](#)

Published May 03, 2023



Greenwashing on Google

How Google Profits By Cleaning Big Oil's Reputation

For the first time, the Center for Countering Digital Hate comprehensively details how Google enables Big Oil's greenwashing. We reveal that nearly half of the \$23.7 million spent on Google search ads by oil and gas companies in the last two years have targeted search terms on environmental sustainability. The five companies studied in this report, ExxonMobil, British Petroleum (BP), Chevron, Shell, and Aramco, have polluted our search results while Google raked in their dirty money.

What is 'new denial?' An alarming wave of climate misinformation is spreading on YouTube, watchdog says



By Rachel Ramirez, CNN

5 minute read · Updated 12:10 PM EST, Wed January 17, 2024



monkeybusinessimages/istockphoto/Getty Images

The Center for Countering Digital Hate is a not-for-profit non-governmental organization (NGO) <https://counterhate.com/topic/climate-change-misinformation/>

4. Retos: La ecoansiedad



Transición energética | La expansión de renovables marca récords en el mundo, pero carbón y gas se mantienen como líderes (farodevigo.es)

Medio: @ Farodevigo

Fecha: 12/4/2023

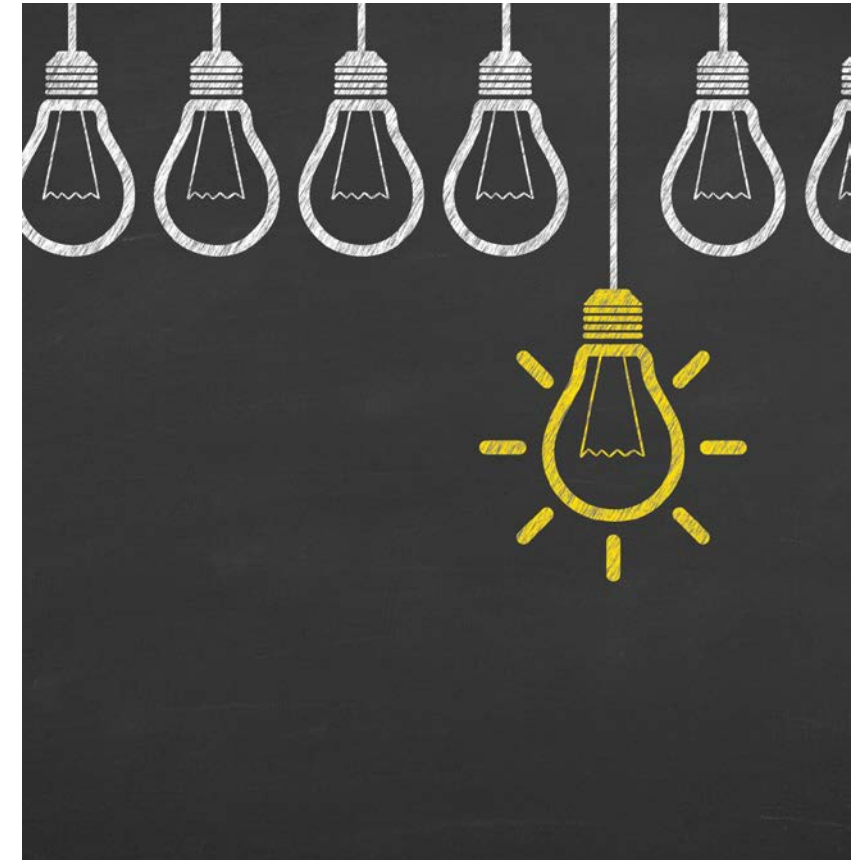
Desafíos y posibilidades que plantea la “ecoansiedad” para la educación ambiental

- [Panu Pihkala, 2020](#) Investigación sobre ecoansiedad y emociones en diversos campos de la educación.
- La ansiedad y la angustia por la crisis ecológica es un fenómeno en crecimiento.
- La ecoansiedad conlleva emociones negativas: dolor, culpa, ira y desesperación.
- La ansiedad tiene una dimensión adaptativa: expectativas, motivación y esperanzas.
- Los educadores ambientales necesitan apoyo (organizacional y entre pares) para desarrollar habilidades emocionales en su trabajo.
- Necesaria autorreflexión sobre la ecoansiedad para desarrollar resiliencia emocional.
- Prácticas relacionadas con la ecoansiedad:
 - Validación de la eco-ansiedad y de las emociones ecológicas
 - Espacios seguros para la discusión
 - Actividades creativas para la deliberación y la propuesta

5. CONCLUSIONES

- **Apenas nos queda tiempo: el mensaje científico y los datos observados son contundentes**
- La comunicación del CC en los medios ha mejorado en los cuatro últimos años en cuanto a frecuencia y rigor (mucho por hacer aún)
- Las medidas políticas adoptadas y el activismo ambiental han encontrado una réplica en sectores ultraliberales que han contribuido a erosionar la credibilidad en los medios
- La guerra cultural contra las medidas orientadas a la gobernanza se libra en las redes y se expande en los distintos soportes de la comunicación social
- Es imprescindible investigar la comunicación para identificar las formas de desinformación y los intereses espurios que los fomentan
- Urge atender las necesidades de educomunicación de la ciudadanía: hacía una estrategia integral para acelerar la Transición
- Hay que divulgar la ciencia a través de los medios y de las redes
- Es imprescindible la alfabetización mediática y digital de los jóvenes
- Hay que regular el uso de las nuevas tecnologías por parte de niños y jóvenes
- Necesitamos planes formativos sólidos para el profesorado, potenciando el conocimiento y las herramientas para manejar la ecoansiedad, para incentivar la transmisión del conocimiento sobre las causas, los impactos y las soluciones al cambio climático.

Comunicar los impactos positivos de la sostenibilidad en todos los sectores: empleo verde y cadena de valor



Epílogo...



António Guterres ✓ @antonioguterres · 22 abr. ...

A triple crisis - climate change, biodiversity loss & pollution - is threatening the survival of millions of people worldwide.

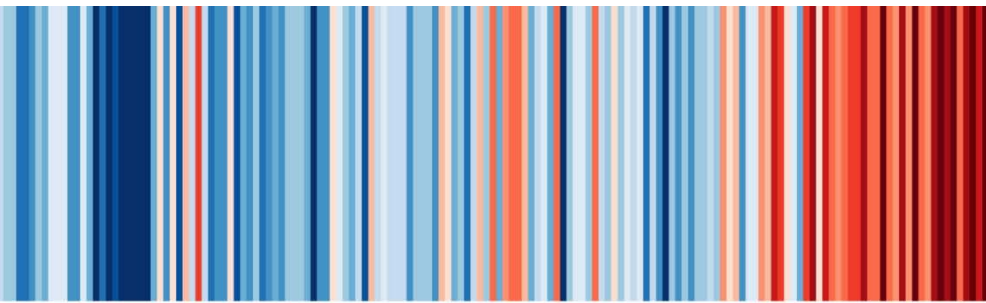
There is still hope, but we need to do much more & much faster.

We have only one Mother Earth. We must do everything we can to protect her. #EarthDay



COMUNICAR A TRAVÉS DE LO QUE UNE A DISTINTAS AUDIENCIAS (FERNÁNDEZ- REYES, 2022):

- ✓ Reconocer que el reto climático requiere una apuesta común
- ✓ Incidir en que la gran mayoría de la ciudadanía está de acuerdo con los resultados científicos con una proporción de unanimidad muy superior al de la diferencia
- ✓ Tener presente la importancia de las emociones
- ✓ Aludir a referentes comunes
- ✓ Señalar valores y temas comunes a los distintos espectros
- ✓ Valorar que el cambio climático es un tema nuclear en Europa
- ✓ Recordar que España se sitúa en una región considerada especialmente vulnerable
- ✓ Dar referencias en positivo evitando el alarmismo. P. Ej. [La ciudad de Pontevedra](#)
- ✓ Relacionar el cambio climático con el empleo
- ✓ Temas de interés común: SALUD; propósito común vinculado al Acuerdo de París; beneficios de la transición energética; La buena vida y el bienestar asociado a un medio ambiente de calidad.



1850

2024

I JORNADAS PAEAS LA RIOJA

COMUNICACIÓN Y EMOCIONES FRENTE A LA EMERGENCIA CLIMÁTICA

Logroño, 7 y 8 de febrero de 2024
Salón de actos del Edificio Quintiliano. Universidad de La Rioja
ENTRADA GRATUITA

Información e inscripciones



La Rioja | PAEAS PLAN DE ACCIÓN DE COOPERACIÓN AMBIENTAL PARA LA SOSTENIBILIDAD LA RIOJA | UNIVERSIDAD DE LA RIOJA | Unión Europea Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural El campo siempre es con nosotros.



¡Muchas gracias!
mteso@ucm.es