

2023

Cobertura del cambio climático,
biodiversidad y economía circular

Retos y Soluciones

para periodistas y otros
actores de América
Latina y el Caribe



En colaboración con:



Los datos que se publican en este estudio, siguiendo metodologías estadísticas, tienen como base la información difundida en medios de comunicación y en una encuesta relacionada con la cobertura del cambio climático.



Los datos personales son resguardados con absoluta confidencialidad.

Créditos:

Dirección:

Maite Cigarán

Gerenta de Comunicaciones
Libélula

Investigación y redacción:

Pilar Celi Frías

Editora del Radar Climático
Libélula

Producción y coordinación:

Thalia Dancuart

Especialista audiovisual
Libélula

Corrección de estilo:

Marita Obregón Rossi

Diseño:

Anthony Mena

Fotografías:

GettyImages
Shutterstock

Coordinación Editorial:

Julia Sandner

Directora del Programa Regional
Seguridad Energética y Cambio
Climático en América Latina (EKLA)

Giovanni Burga

Coordinador de proyectos del Programa
Regional Seguridad
Energética y Cambio Climático en



Konrad-Adenauer-Stiftung e.V. (KAS)



Programa Regional Seguridad Energética y
Cambio Climático en América Latina (EKLA)

Dirección fiscal: Calle Grimaldo del Solar
162, Int. 1004, URB. Leuro, Miraflores

Dirección: Cantuarias 160, Of. 202, Miraflores,
Lima-Perú

Tel: +51 (1) 320 2870

Energie-klima-la@kas.de

www.kas.de/ekla

Tabla de contenido

Presentación del Programa Regional de Seguridad Energética y Cambio Climático de la Fundación Konrad Adenauer	05
¿Por qué investigar la cobertura del cambio climático, la biodiversidad y la economía circular en los medios de comunicación?	06
Principales hallazgos	07
¿Cómo lo hicimos?	09
Los 8 retos y las 8 soluciones	12
Recomendaciones	30

Presentación

Programa Regional de Seguridad Energética y Cambio Climático de la Fundación Konrad Adenauer

El Programa Regional de Seguridad Energética y Cambio Climático en América Latina de la Fundación Konrad Adenauer (KAS, según sus siglas en alemán) es una entidad política, vinculada al partido político Unión Demócrata Cristiana de Alemania (CDU).

Konrad Adenauer (1876-1967), cofundador del CDU y primer canciller alemán, logró unir las tradiciones social-cristiana, conservadora y liberal. Su nombre es sinónimo de la reconstrucción democrática de Alemania, la consolidación de políticas exteriores en una comunidad de corte transatlántico, la visión sobre la Unión Europea y la orientación de la economía social del mercado. Su legado intelectual continúa siendo para nosotros tanto una misión como un compromiso.

Nuestro Programa Regional apunta a proporcionar plataformas tanto tradicionales como nuevas (digitales), para iniciar un diálogo suprarregional sobre el cambio climático y las políticas energéticas y ambientales. Por lo tanto, nos centramos en el análisis geoestratégico, los debates y las perspectivas, enfatizando la estrecha cooperación con los actores alemanes y europeos.

En esa línea, les presentamos esta investigación llevada a cabo junto con nuestro socio Libélula. Mediante el análisis de una representativa cantidad de encuestas y entrevistas a trabajadores de medios de comunicación, hemos elaborado un diagnóstico y planteamos propuestas de solución al periodismo ambiental en América Latina, herramienta que es una estrategia vital para poder avanzar en las agendas climáticas y ambientales desde el impacto mediático de las noticias, así como llegar al ciudadano de a pie de manera clara, concisa y didáctica a fin de que los temas climáticos y ambientales tengan la relevancia necesaria que la realidad nos exige.

Esperamos que la lectura de esta investigación sea de su interés y agrado.

Julia Sandner

Directora del Programa Regional Seguridad Energética y Cambio Climático en América Latina (EKLA KAS)



¿Por qué investigar la cobertura del cambio climático, la biodiversidad y la economía circular en los medios de comunicación?

En el año 2023, enfrentamos una crisis climática y una alarmante pérdida de biodiversidad que demandan atención urgente y constante. A pesar de esto, apenas el 2% de las noticias en los medios de comunicación abordan el cambio climático (Radar Climático 2022)¹. Esta desconexión entre la magnitud de la crisis y su cobertura mediática es preocupante y plantea una serie de preguntas: ¿Por qué es importante investigar la cobertura de estos temas en los medios de comunicación? ¿Qué limitaciones encuentran los periodistas para cubrir estos temas? ¿Qué se necesita para mejorar la cobertura?

El estudio “Cobertura del Cambio Climático, Biodiversidad y Economía Circular: Retos y Soluciones para Periodistas y Otros Actores de América Latina y el Caribe”, llevado a cabo por [Libélula](#) y [ConexiónCOP](#), en colaboración con la Fundación Konrad Adenauer, explora hallazgos y conclusiones en torno a estas preguntas.

Los desafíos relacionados con el cambio climático, la pérdida de biodiversidad y la necesidad de adoptar modelos como la economía circular, son temas interconectados porque están estrechamente relacionados con el desarrollo de las sociedades. El cambio climático está ace-

lerando la pérdida de hábitats, lo que está llevando a la extinción de muchas especies de plantas y animales. Esto, a su vez, está reduciendo la capacidad de los ecosistemas para proporcionar alimentos, agua y otros recursos, lo que tiene un impacto negativo en la economía y la calidad de vida de las personas. La economía circular, por su parte, puede ayudar a mitigar los efectos del cambio climático y la pérdida de biodiversidad, al reducir la necesidad de extraer nuevos recursos y la generación de residuos.

En consecuencia, es imperativo que estos desafíos ocupen un lugar prioritario en las agendas gubernamentales de todo el mundo. Solo a través de la cooperación global y la adopción de políticas y medidas ambiciosas será posible abordarlos de manera efectiva y garantizar un futuro más sostenible y próspero para la humanidad en su conjunto.

Investigar la cobertura del cambio climático, la biodiversidad y la economía circular en los medios de comunicación es un paso necesario para abordar estos desafíos urgentes que enfrentamos como sociedad. Este estudio busca no solo dejar un precedente, sino también inspirar que se promueva un periodismo más sólido y

comprometido con la protección de nuestro planeta y las generaciones futuras.

La comunicación es una herramienta esencial para generar conciencia y movilizar acciones concretas. Aumentar la cantidad de noticias y proporcionar información veraz, clara y detallada a la sociedad son pasos imprescindibles para influir positivamente en la percepción pública y promover la acción. La oportunidad de abordar estos desafíos es ahora. ¡Disfruten la lectura!



Menos del **2%** de noticias mensualmente están relacionadas con el cambio climático

¹ Radar Climático: <https://conexioncop.com/radarclimatico/>

Principales Hallazgos

1.

Al menos 30% del total de noticias en los medios deberían abordar el cambio climático, la biodiversidad y la economía circular, de acuerdo al 50% de encuestados.

Actualmente, menos del 2% de las noticias que se publican en los medios abordan el cambio climático.

[+ Ver más](#)

2.

Aunque existe poco interés de los medios por cubrir temas relacionados al medio ambiente, el 64% de encuestados opina que el público sí está interesado. Además, de acuerdo con un estudio de 2022 del Instituto Reuters y la Universidad de Oxford, el porcentaje de interés en noticias sobre cambio climático oscila entre el 42% y 52% en América Latina, de los más altos a nivel global.

[+ Ver más](#)

3.

La cobertura del cambio climático, la biodiversidad y la economía circular ha mejorado en la última década principalmente debido al interés de la audiencia, el acceso a fuentes especializadas, y porque estos temas son noticiables.

[+ Ver más](#)

4.

La producción de noticias sobre cambio climático, biodiversidad y economía circular es mayoritariamente semanal, y se cuenta con equipos reducidos para estos temas.

Los medios de la región tienen pocos recursos para cubrir temas complejos como el cambio climático, lo que puede llevar a una cobertura superficial o sesgada.

[+ Ver más](#)

Principales Hallazgos

5.

Para hacer periodismo ambiental se necesita conocer y entender la ciencia.

Muchas de las historias se vinculan con conflictos en torno a la minería, la pesca y las poblaciones indígenas, que por su relevancia, requieren un mayor entendimiento de la ciencia.

[+ Ver más](#)

6.

Las fuentes internacionales son las más consultadas por periodistas que cubren el cambio climático, la biodiversidad y la economía circular.

La información producida por las agencias de noticias internacionales es reiteradamente usada como fuente importante a nivel regional.

[+ Ver más](#)

7.

Los periodistas consideran que desde los medios de comunicación se pueden impulsar políticas públicas enfocadas en cambio climático, biodiversidad y economía circular.

Una de las formas es informando sobre las oportunidades e impactos que genera el cambio climático.

[+ Ver más](#)

8.

Solo el 22% de periodistas considera que está haciendo lo posible para proteger los recursos naturales.

El 77% de periodistas encuestados considera importante aportar con acciones periodísticas para que los temas ambientales sean importantes en las sociedades.

[+ Ver más](#)

¿Cómo lo hicimos?

Para realizar el estudio se emplearon tres metodologías:

01.

Análisis cuantitativo y cualitativo de noticias sobre cambio climático en América Latina y el Caribe durante 6 años (2017-2022) en medios de comunicación.

A través del radar climático, se analizaron 50 medios de la región² para conocer cómo informan sobre el cambio climático, con lo cual llegamos a una conclusión:

Menos del
2%

de noticias que se publican mes a mes en los medios de comunicación está relacionado con el incremento de la temperatura en el planeta.

² Conoce más sobre la metodología y los medios de comunicación que analiza el Radar Climático: <https://conexioncop.com/metodologia/>

02.

Encuesta a más de 130 periodistas de 18 países de América Latina y el Caribe.

Los periodistas encuestados se distribuyeron en porcentaje similar por género



De acuerdo con la edad, se trató de un perfil maduro, consolidado, con un promedio de 44 años. La mayor concentración de encuestados estuvo entre:



En general, se trató de periodistas y medios de comunicación con un enfoque que privilegia la cobertura de temáticas asociadas al medioambiente, en un formato mayormente digital.



seguido de un 27% híbrido, que comparte digital e impreso. Asimismo, la producción suele ser diaria para la mayoría (60% de los medios) y con un enfoque, principalmente, en lo nacional (55% de los medios).

03.

Entrevistas a editores/as

Las entrevistas se realizaron a editores y exeditores y periodistas de medios de comunicación tradicionales, modernos y especializados. Los formatos de sus medios son, en algunos casos, híbridos (digital e impreso); y, en otros, únicamente online.

Sus voces son fundamentales porque se trata de periodistas con vasta experiencia en temas ambientales.

Las entrevistas buscaron complementar el análisis y la encuesta, para que de esa manera se tuviera información de primera mano desde los editores en los medios de comunicación sobre las problemáticas y soluciones de la cobertura periodística vinculada a temas ambientales, específicamente a cambio climático, biodiversidad y economía circular.



Editores y periodistas de:

LATINOAMÉRICA



Diálogo Chino

[www. dialogochino.net/es/](http://www.dialogochino.net/es/)

COSTA RICA



OJO AL CLIMA

[www. ojoalclima.com](http://www.ojoalclima.com)

COLOMBIA

EL ESPECTADOR

[www. elespectador.com](http://www.elespectador.com)

ESPAÑA

EFE:Verde

[www. efeverde.com](http://www.efeverde.com)

The background features a dark blue field with several faint, concentric light blue circles. Overlaid on these are five thick, curved lines in a rainbow-like color palette: yellow, magenta, orange, and light blue. The text is centered in the lower-left quadrant of the image.

Los 8 retos y las 8 oportunidades

1. Al menos 30% del total de noticias en los medios deberían abordar el cambio climático, la biodiversidad y la economía circular

Si bien la cobertura actual mensual sobre el cambio climático representa menos del 2% de noticias, el 47% de periodistas encuestados considera que los temas de cambio climático, biodiversidad y economía circular deberían tener una cobertura superior al 30%.

Para mejorar la cobertura, los periodistas manifiestan que se necesitan dos grandes apuestas: recursos económicos (28%) y personal capacitado (17%). Asimismo, existen otros factores relacionados con el compromiso de los líderes dentro del medio, con la cantidad de personal, decisiones que deben ser propias de los dueños de los medios de comunicación afianzadas por la línea editorial que apueste por la preservación de los recursos naturales.

En el escenario de que tu medio reciba recursos económicos para mejorar la cobertura ¿Qué acciones se deberían ejecutar?

55% ← generación de espacios de diálogo con expertos

55% ← acciones para que puedan ver las problemáticas ambientales en el campo

63% ← capacitaciones





Percepción de nivel de cobertura que deberían tener los temas

En general, ¿cuánta cobertura consideras deberían tener estos temas?



● Base: 134 que corresponde al 100%



No sé



Entre 1 y 10% del total de noticias



Entre 10 y 30% del total de noticias



+30% del total de noticias



Para que los temas ambientales cuenten con más espacio, y progresivamente ganen importancia, no todo depende únicamente del medio de comunicación. Se tienen que dar unas circunstancias favorables en el entorno político, económico y social; tiene que haber cultura ambiental con una ciudadanía y una sociedad civil que demande este tipo de cuestiones, que trabaje por el medioambiente; que la comunidad científica denuncie la situación en la que nos encontramos y que también evidentemente aporte soluciones; y tiene que haber una clase política que incluya la sostenibilidad en su agenda.



Arturo Larena

Director de Medio Ambiente y Ciencia en la agencia de noticias EFE y de EFE Verde

● Premio Nacional de Medio Ambiente y de la Fundación BBVA a la Conservación de la Biodiversidad (España)

2. Aunque existe bajo interés de los medios por cubrir las problemáticas y soluciones relacionadas con el cambio climático, biodiversidad y economía circular, hay un alto interés del público por conocer sobre estos temas

Solo **29%** de periodistas encuestados considera que la prensa se interesa por el cambio climático, la biodiversidad y la economía circular. Sin embargo, la cobertura debería responder a la mayor demanda por parte de la sociedad: el **64%** de periodistas estima que el público tiene interés en temas sobre cambio climático, la biodiversidad y la economía circular. Según el informe **El Hormiguero**, de la Fundación Gabriel García Márquez, el medio ambiente es uno de los cinco temas de mayor interés para las audiencias³.

Esta brecha abre oportunidades significativas tanto para los medios como para otros actores interesados en proporcionar información más completa y relevante a sus audiencias.

29%

de periodistas considera que la prensa se interesa por los tres temas.

64%

estima que el público tiene interés en temas referidos al cambio climático, biodiversidad y economía circular.

³ 2022 - El Hormiguero - Informe sobre el estudio de medios nativos digitales latinoamericanos. Pág. 85



48%

Para mejorar la cantidad y la calidad de la cobertura relacionadas con los tres temas, **el 48% de periodistas** considera importante vincularlos a **desastres, migraciones, pobreza, política y salud**, temáticas que los medios abordan en el día a día. A su vez, es fundamental la traducción del lenguaje técnico asociado a los temas ambientales. Explicar a detalle, humanizar y ejemplificar son algunas de las consideraciones que se deben de tener en cuenta al informar.

Transversalizar & Traducir

el lenguaje técnico son temas clave para mejorar la cobertura del cambio climático, la biodiversidad y la economía circular.

También es importante apostar por el periodismo de soluciones que, según **Earth Journalism Network**, investiga y explica, de forma crítica y clara, los esfuerzos por resolver problemas ampliamente compartidos. Es en ese contexto, y frente a las amenazas que enfrenta el planeta por el cambio climático y la pérdida de la biodiversidad, que se puede informar de manera frecuente sobre la economía circular.

53%

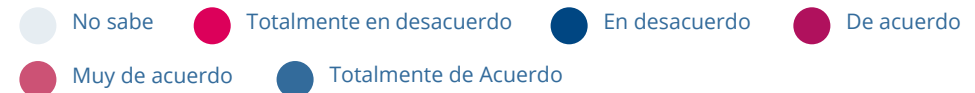
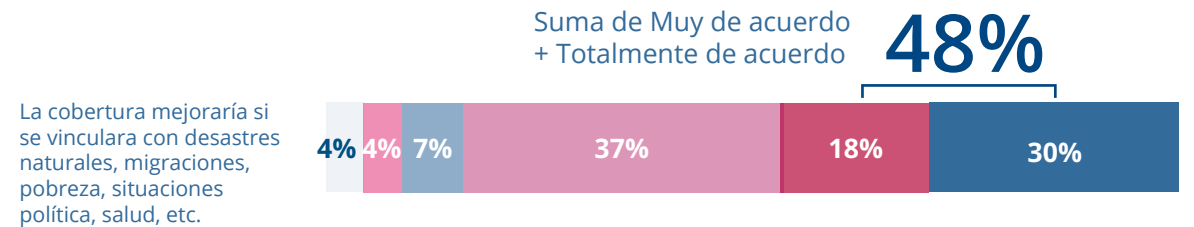
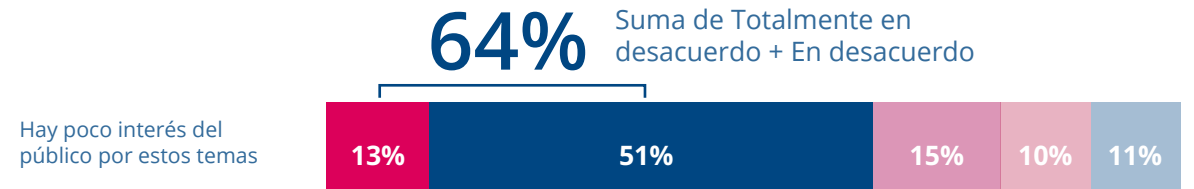
De periodistas considera que usan el enfoque de periodismo de soluciones al informar.



Sin embargo, 1 de cada 3 (**32%**) está a la expectativa de una oportunidad para usarlo en sus coberturas.

Percepción sobre la cobertura de temas asociados a medioambiente

¿Qué tan de acuerdo o no estás con las siguientes afirmaciones...



● Base: 134 que corresponde al 100%



Contar al menos con un periodista en una redacción que tenga conocimientos sobre temas ambientales incentiva la transversalización, y puede ser quien impulse al medio de comunicación a tener una cobertura transversal de estos temas; y quien además lleve herramientas a periodistas de otras secciones para que se sientan familiarizados y puedan hacer una cobertura con mayor detalle.



Fermín Koop

Editor de Diálogo Chino

● *Cubre y edita temas sobre economía, energía, ambiente, biodiversidad y crisis climática. (Argentina)*



Siento que hay una traba por parte de los altos mandos, gerentes y directores de medios de comunicación. Es importante invertir en la cobertura de los temas ambientales, para que el periodista pueda ver las problemáticas en los lugares donde están sucediendo. El periodismo ambiental no se hace desde el escritorio.



Michelle Soto

Editora Ojo al Clima – Semanario Universidad

● *Se centra en temas ambientales y científicos. (Costa Rica)*

3. La cobertura del cambio climático, la biodiversidad y la economía circular ha mejorado. Sin embargo, hay mucho camino por recorrer

El 68% de periodistas encuestados considera que la cobertura de los tres temas ha mejorado debido a tres grandes razones:

46%

interés por parte de la audiencia

43%

acceso a fuentes especializadas

43%

se trata de temas noticiables

Para continuar mejorando la cobertura se necesita mayor involucramiento de los tomadores de decisión (como editores y directores) de los medios de comunicación, **pues solo el 19% de periodistas encuestados considera que la línea editorial impulsa la cobertura de los temas ambientales.**

Una de las fórmulas que se estiman fundamentales para la cobertura de los temas relacionados con el medio ambiente es contar historias, y que estas sean lo suficientemente interesantes y atractivas para los editores y para las audiencias. Para ello, y frente a un contexto en el cual la tecnología empieza a ser protagonista, se insta a los periodistas a usar **herramientas** para informar en formatos multimedia y multiplataforma.

En el Decálogo para cubrir el Medio Ambiente de la **Guía Periodística Agenda Verde** se insta a desarrollar diversas acciones para construir historias atractivas, entre las que destacan: escuchar a las comunidades, construir la historia ambiental del lugar y entender la escala del tiempo, para ayudar a ver la realidad de una manera distinta⁴.

Otro factor fundamental es trabajar en alianza con otros medios para que de esa manera los artículos, informes, entrevistas y otros lleguen a mayores audiencias.

⁴ 2015 Guía Periodística Agenda Verde: una mirada a la problemática del medio ambiente y el cambio climático en las regiones de Colombia. Pág. 71



Percepción de evolución de la cobertura de temas asociados a medio ambiente

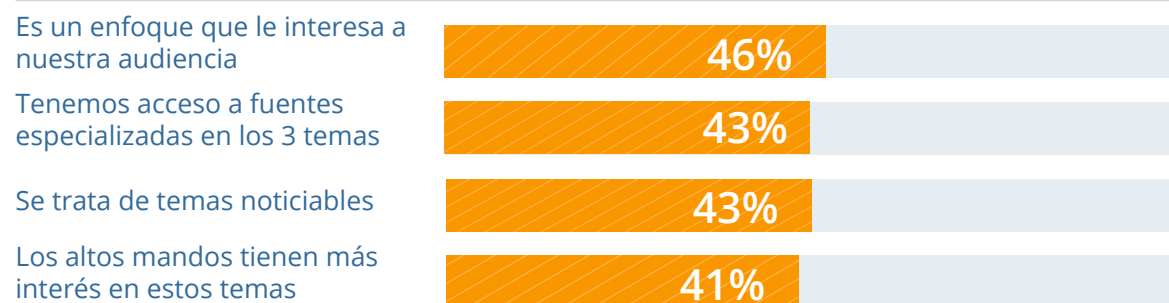
¿Cómo ha evolucionado, dentro de tu medio, la cobertura de estos temas?



● Base: 134 que corresponde al 100%

Percepción de razones de mejora en la cobertura

¿A qué crees que se debe esta mejora?



● Base: Siente que ha mejorado la cobertura (91 periodistas)



Si comparamos el panorama actual con el que conocí cuando estaba empezando como periodista, es decir hace 20 años, el cambio sí es muy positivo en términos de números de periodistas involucrados en periodismo ambiental. Hay un cambio drástico en cuanto al rigor y seriedad con el que se desarrolla el periodismo ambiental.



Pablo Correa

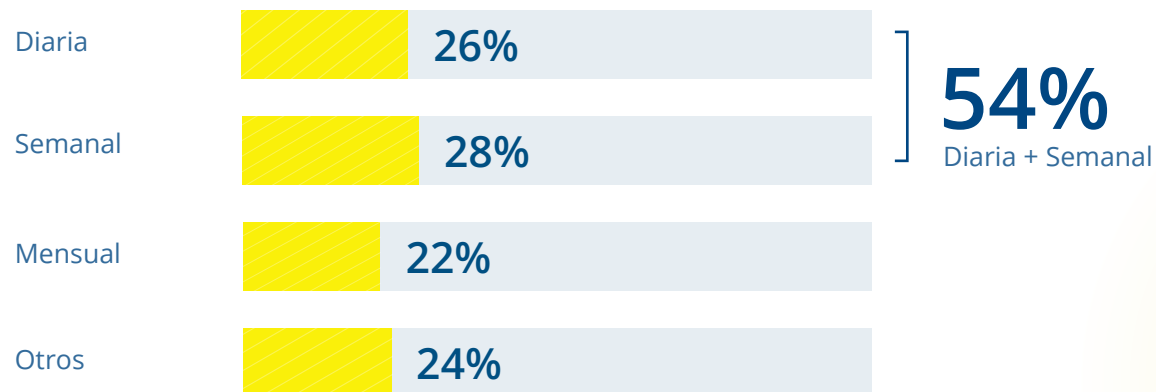
Exeditor Ambiente, Salud y Ciencia del diario El Espectador (2010-2021)

● Líder de opinión en temas ambientales (Colombia)

4. La cobertura de noticias sobre cambio climático, biodiversidad y economía circular es semanal

Según los periodistas encuestados, la frecuencia de cobertura de temas sobre cambio climático, economía circular y biodiversidad, está distribuida entre diaria (26%), semanal (28%) y mensual (22%). Dicho de otra manera, el 54% cubre estas temáticas, por lo menos, una vez a la semana.

Frecuencia de cobertura, por parte del periodista, de temas relacionados a cambio climático, biodiversidad y economía circular



● Base: 134 que corresponde al 100%



Los medios de la región tienen pocos recursos para cubrir temas complejos como el cambio climático, lo que puede llevar a una cobertura superficial o sesgada.

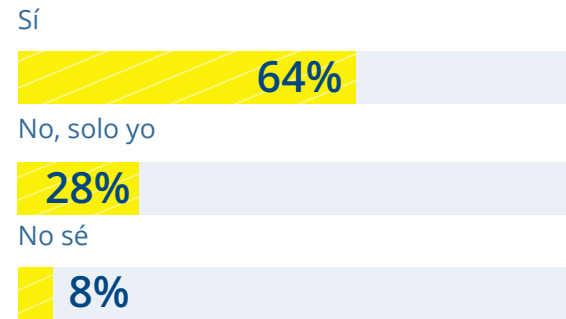


Según la información proporcionada por los periodistas, la producción de artículos propios, en un año promedio, varía mucho, y las concentraciones están en los que producen entre 1 y 5 y los que están entre 21 y 50.

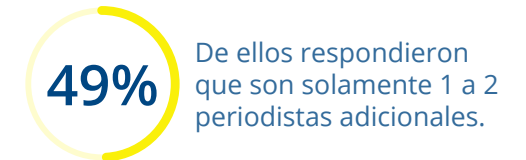
Por otra parte, el 64% de los periodistas encuestados indica que en los medios existe más de un periodista que cubre temáticas asociadas al medioambiente. En estos medios, en el 49% de los casos suele haber de 1 a 2 periodistas adicionales. Sin embargo, hay que recordar que los periodistas que cubren temáticas ambientales suelen cubrir otros temas del día a día como política, sociedad, etc.

Presencia de otros periodistas, en el medio, que cubren temas relacionados

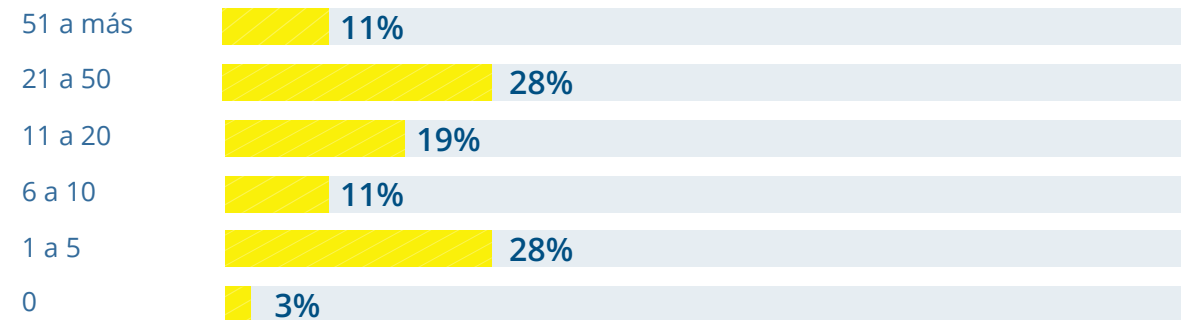
¿Hay otros periodistas, dentro de tu medio, que cubren temas relacionados con cambio climático, biodiversidad y economía circular?



Del 64% de periodistas (86 encuestados) que respondieron que sí tienen otros colegas en su medio que cubren temas relacionados



En un año en promedio ¿Cuántos artículos propios relacionados a cambio climático, biodiversidad y economía circular has elaborado?



● Base: 134 que corresponde al 100%

5. Para hacer periodismo ambiental se necesita conocer y entender la ciencia

La pandemia de COVID-19 ha evidenciado el nexo que existe entre la salud y el medio ambiente. Informes, reportajes e investigaciones han puesto sobre la mesa local, nacional y global un tema importante: cuidar el planeta es también preservar la vida del ser humano.



de periodistas encuestados considera que, como consecuencia de la pandemia, los temas ambientales han cobrado mayor relevancia.



Por ello, es esencial trabajar de la mano de la ciencia y, en este caso, desde los medios de comunicación, propagar informes científicos que den cuenta de las problemáticas ambientales a nivel global y regional. Por ejemplo, cada dos años el **Panel Intergubernamental de Expertos sobre Cambio Climático (IPCC)** publica sus Informes de evaluación de información científica, técnica y socioeconómica en relación con el cambio climático; así también el **Global Footprint Network** da a conocer anualmente la evolución mundial de dos parámetros: la biocapacidad (o capacidad de regeneración biológica) y la huella ecológica (nuestra demanda de recursos). Del mismo modo, el **Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA)** lanza su informe anual sobre la brecha para alcanzar las metas globales tanto de adaptación como de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.

El periodismo ambiental es básicamente periodismo científico. Aún nos falta entender en América Latina mucho de la ciencia básica que subyace al periodismo ambiental, que es increíblemente compleja. Muchas de las historias están ligadas a conflictos: la minería, la pesquería, las cuestiones indígenas, que son temas importantes, pero nos falta entender más la ciencia.



Ángela Posada-Swafford

Periodista científica

● *Corresponsal de National Geographic EE. UU. Autora de Hielo y Las vidas secretas de las ballenas.*



6. Las fuentes internacionales son más consultadas por periodistas que cubren el cambio climático, la biodiversidad y la economía circular

La cobertura relacionada con los tres temas tiene una tendencia mayor a ser complementada con información de fuentes internacionales y no locales, nacionales o regionales. Por un lado, el 65% de periodistas encuestados tiene como fuentes principales a órganos de las Naciones Unidas, por otro, más del 50% de periodistas considera que el tipo de cobertura para tratar estos temas se basa en la mezcla de noticias propias junto con la información de agencias de información o de otros medios de comunicación.

En línea con lo anterior, y con base en el análisis realizado desde ConexiónCOP junto con Climate Tracker sobre la cobertura de la COP27, se calcula que aproximadamente 1100 noticias (en 50 medios de comunicación de la región) fueron sobre la COP27, de las cuales una gran mayoría provinieron de agencias internacionales.

65%

De periodistas encuestados tiene como fuentes principales a órganos de las Naciones Unidas

51%

De periodistas considera que el tipo de cobertura se basa en la mezcla de noticias propias junto con la información de agencias



Se analizaron 229 noticias de Pérdidas y Daños en medios latinoamericanos, y el 62% de ellas provino de una agencia europea de noticias. Por ello, existe una mirada bastante eurocéntrica de lo que fue la conferencia y un mensaje preocupante que le puede llegar a la audiencia latinoamericana.

Francisco Parra

Director para Latinoamérica de Climate Tracker

Si bien las organizaciones de la ONU son relevantes para la información que se divulga a nivel global, es importante trabajar también con información de fuentes locales.

Para ello, es crucial identificar y construir bases de datos de fuentes locales y reconocer los aportes de las universidades y centros de investigación en los países.

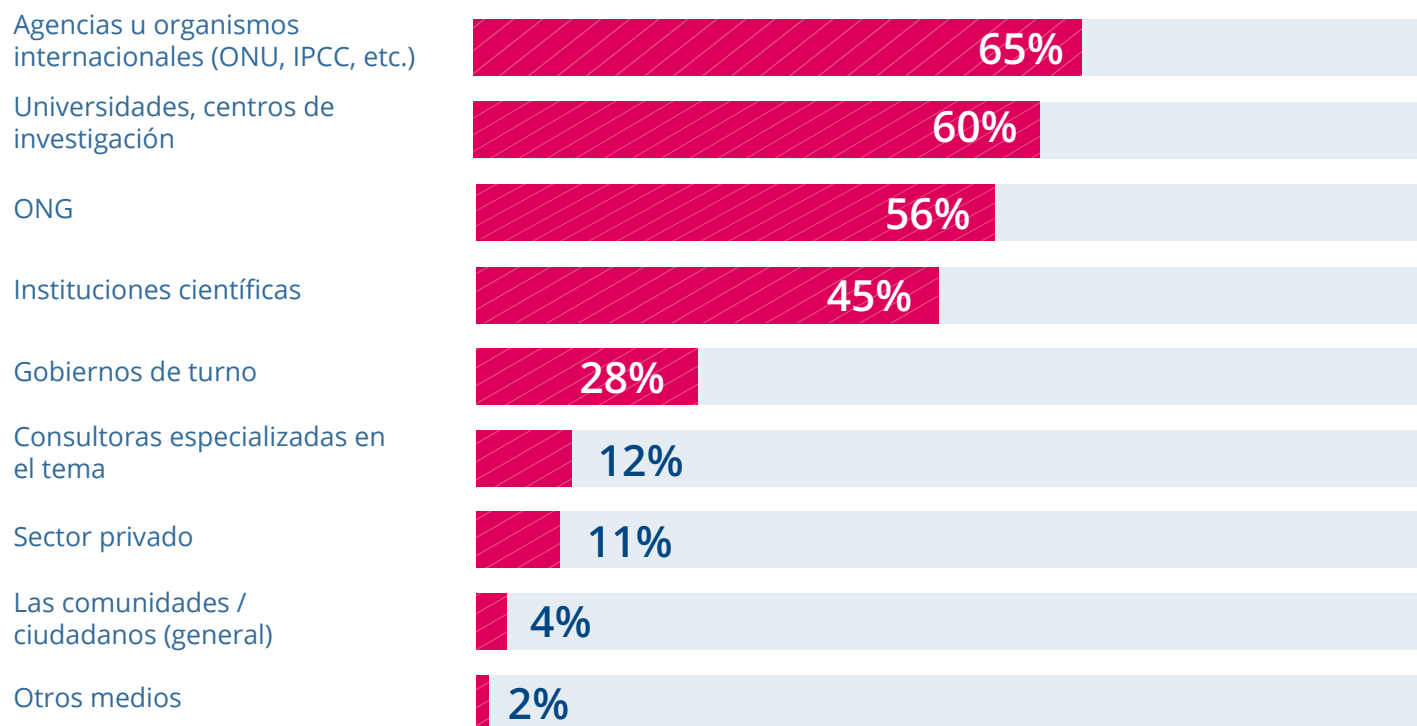


Climate Tracker ha puesto a disposición de los periodistas de la región una **base de datos de fuentes y personas expertas en temas climáticos y ambientales** en América Latina y el Caribe.



Fuentes de información utilizadas

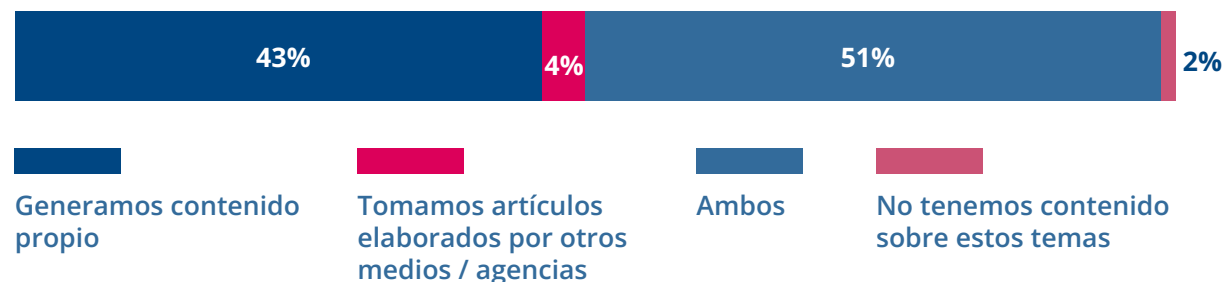
¿Cuáles son tus fuentes de información para cubrir temas relacionados con cambio climático, biodiversidad y economía circular?



● Base: 134 que corresponde al 100% (Los encuestados pudieron marcar más de una opción)

Tipo de cobertura del medio, sobre cambio climático, biodiversidad y economía circular

¿Cuál de las siguientes opciones define mejor la cobertura de temas relacionados con los 3 temas?



Generamos contenido propio

Tomamos artículos elaborados por otros medios / agencias

Ambos

No tenemos contenido sobre estos temas

● Base: 134 que corresponde al 100%



Si en las agencias de noticias como Anadolu, EFE, Associated Press o Reuters, apostamos fuertemente por este tipo de contenidos [ambientales], seguramente va a haber más información en los medios de comunicación y un mayor conocimiento por parte de la ciudadanía. Sin embargo, la prensa tiene que tomar conciencia de la importancia de estas cuestiones, que son además temas que la sociedad demanda, que la ciudadanía pide conocer cada vez más: entre otras cosas, porque son problemas globales que se sienten a nivel local, como los fenómenos meteorológicos adversos, sequías, incendios forestales; son cuestiones derivadas o vinculadas del cambio climático que ya afecta a la población de todo el mundo.



Arturo Larena

Director de Medio Ambiente y Ciencia en la agencia de noticias EFE y de EFE Verde

● Premio Nacional de Medio Ambiente y de la Fundación BBVA a la Conservación de la Biodiversidad (España)



7. Los periodistas consideran que desde los medios de comunicación se pueden impulsar políticas públicas enfocadas en cambio climático, biodiversidad y economía circular

En línea con la percepción de los medios de comunicación, como actor relevante en la introducción de estas temáticas en políticas públicas, el 87% de encuestados cree que podrían impulsarlas, y la principal forma de hacerlo es informando sobre impactos y oportunidades del cambio climático (84%), además de evidenciar malas prácticas, e informando sobre los beneficios de la economía circular y de proteger la biodiversidad (75%).

87%

de encuestados consideran que podrían impulsar políticas públicas.

84%

Informando sobre impactos y oportunidades del cambio climático

75%

Evidenciando malas prácticas, e informando sobre los beneficios de la economía circular y de proteger la biodiversidad



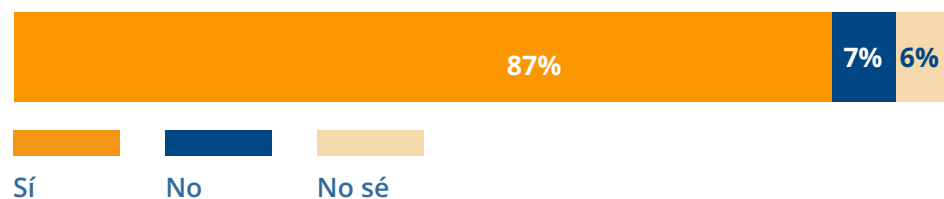
Es posible y fundamental masificar y llevar a la agenda pública los temas ambientales, y la prensa es una aliada para ello.

Los cinco actores principales que se perciben como los de mayor influencia para introducir políticas públicas, cada uno desde su posición, pero con un nivel de importancia similar, son: comunidad científica, medios de comunicación, ciudadanía, las ONG y gobiernos.

Adicionalmente, la Guía Periodística Agenda Verde nos recuerda que [...] *en un planeta que se enfrenta a cambios drásticos en el clima, debido principalmente a la intervención del hombre, es necesario que la población sea consciente de las implicaciones de su accionar diario, y a la vez que comprenda cómo las decisiones políticas y económicas pueden impactar en su vida. Ahí el periodismo ambiental juega un papel fundamental*⁵.

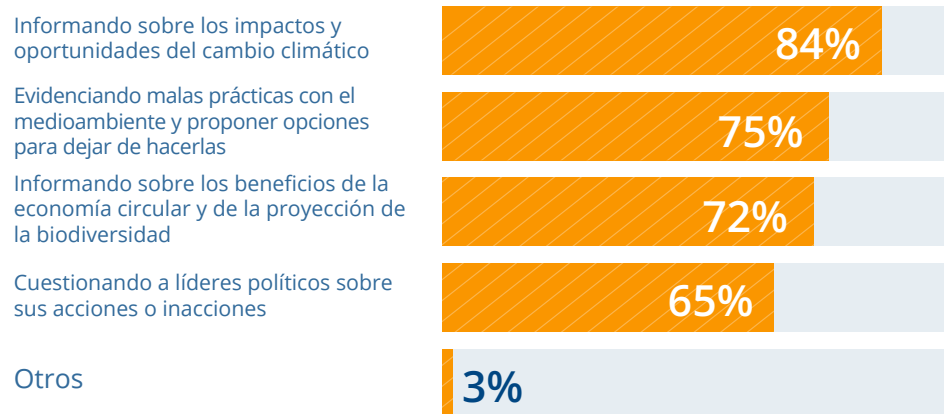
⁵ 2015 Guía Periodística, Agenda Verde: una mirada a la problemática del medio ambiente y el cambio climático en las regiones de Colombia. Pág. 18

¿Consideras que los medios pueden impulsar políticas públicas?



● **Base:** 134 que corresponde al 100%

¿Cómo crees que los medios de comunicación podrían introducir estas temáticas en las políticas públicas?



● **Base:** Sí considera que los medios pueden impulsar políticas públicas (116)



Me encanta una frase que suelen decir los defensores de los derechos humanos: ‘visibilizar es proteger’. Siento que, desde el periodismo, podemos hacer lo mismo: visibilizar las problemáticas ambientales para incidir en las políticas públicas.



Michelle Soto

Editora Ojo al Clima – Semanario Universidad

● *Se centra en temas ambientales y científicos. (Costa Rica)*



El periodismo, aunque tiene una función social, se muestra muy interesado por el poder político, el poder económico, no ven el poder ambiental. Sin embargo, si se consigue incluir estas temáticas en las agendas de los políticos y que hablen de estas cuestiones, que las empresas también incluyan dentro de sus acciones la responsabilidad ambiental y social, al final el resto de los periodismos van a empezar a incluir estos temas en la agenda setting y a abordar estas cuestiones, y los periodistas especializados en esta materia dejaremos de ser los de los pajaritos y florecitas y empezará a tener más peso, aunque no se puede generalizar pues el grado de desarrollo varía mucho según los países.



Arturo Larena

Director de Medio Ambiente y Ciencia en la agencia de noticias EFE y de EFE Verde

● *Premio Nacional de Medio Ambiente y de la Fundación BBVA a la Conservación de la Biodiversidad (España)*

8. Solo el 22% de periodistas considera que está haciendo lo posible para aportar soluciones frente a la crisis climática

Si bien se percibe que los medios de comunicación tienen la posibilidad de introducir el cambio climático, la biodiversidad y la economía circular en las agendas locales y nacionales, solo el 22% de periodistas considera que, actualmente, está haciendo lo posible para proteger los recursos naturales. Dicho de otra manera, todavía hay campo para seguir avanzando y aportando.

En general, los periodistas que cubren las tres temáticas opinan que es muy importante continuar informando sobre estas. Su impulso proviene de querer aportar a que se les dé cabida e importancia a estos temas, **en la sociedad (77%), seguido de un interés propio por temáticas ambientales (67%).**

El cambio climático no es un problema que afectará solo a las generaciones futuras; sus efectos ya están aquí y ahora. Es importante presentar historias y ejemplos concretos de los impactos de la crisis climática, y con ello generar una respuesta social que impulse a la acción.

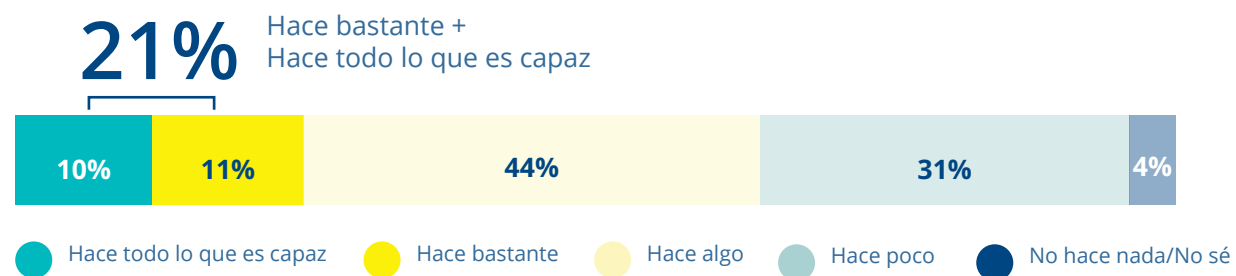
22% ←

de periodistas considera que se está haciendo lo posible para aportar soluciones frente a la crisis climática.



Percepción del actuar de la prensa para proteger los recursos naturales

Para proteger y conservar los recursos naturales, es importante hablar de ellos. En tu opinión, dirías que la prensa...



● Hace todo lo que es capaz ● Hace bastante ● Hace algo ● Hace poco ● No hace nada/No sé

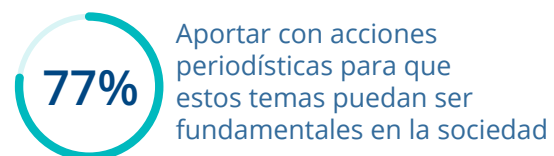
¿Qué tan importante o no es para ti informar sobre estos temas?



● Imprescindible ● Muy importante ● Importante ● Poco importante

● **Base:** 134 que corresponde al 100%

¿Qué te impulsa a cubrir temas relacionados sobre cambio climático, biodiversidad y economía circular?



Recomendaciones

Con base en los hallazgos y las entrevistas realizadas a los periodistas y editores, se propone lo siguiente:



1. Apostar por la transformación del periodismo.

Las nuevas tendencias globales como la Inteligencia Artificial (IA) y el periodismo transmedia ofrecen oportunidades para mejorar la cobertura de temas complejos como el cambio climático, la biodiversidad y la economía circular.

La IA puede ayudar a los periodistas a procesar importantes cantidades de datos, realizar análisis complejos y generar contenido personalizado. La IA puede ser útil para cubrir estos temas, que requieren una comprensión profunda de la ciencia y la tecnología.

El periodismo transmedia, por su parte, permite a los periodistas contar historias de manera más envolvente e interactiva. Esto puede ayudar a los lectores a comprender mejor los problemas ambientales y a tomar medidas para abordarlos.

2. Investigar de forma rigurosa y presentar hechos respaldados por la ciencia para contrarrestar la desinformación.

Dar cobertura a los últimos hallazgos científicos sobre el cambio climático y la biodiversidad.

Entrevistar a expertos ayuda a que las personas conozcan de primera mano las opiniones de los científicos que están estudiando estos temas.

Fact-checking de las afirmaciones sobre el cambio climático, ayuda a identificar y corregir la información errónea y engañosa.

3. Relacionar este problema global con nuestra realidad local.

Los medios de comunicación de la región deben equilibrar su cobertura de los impactos negativos, con historias locales sobre las soluciones y las oportunidades que ofrece la mitigación y adaptación frente al cambio climático, la recuperación de la biodiversidad y la economía circular.

Cobertura del cambio climático, biodiversidad y
economía circular

Retos y Soluciones

para periodistas y otros actores de
América Latina y el Caribe

