



La gestión de fuentes como criterio de calidad en la información sobre el cambio climático. Nuevos roles de activistas y expertos en la cobertura española de las Cumbres del Clima pospandémicas (2021-2023)

Enric Sendra-Duro
Universitat Jaume I 
Pablo López-Rabadán
Universitat Jaume I 

<https://dx.doi.org/10.5209/esmp.95264>

Recibido: 27 de marzo de 2024 / Aceptado: 28 de mayo de 2024

ES Resumen. Este trabajo analiza la gestión de fuentes como criterio de calidad en la información del cambio climático, tomando como caso de estudio la cobertura periodística de las cumbres del clima realizadas durante el periodo pospandémico: Glasgow (2021), Sharm el Sheij (2022) y Dubái (2023). Para ello, se revisan tres variables —número, identificación y la variedad— que conectan con indicadores como la credibilidad, el pluralismo o la influencia. La muestra está formada por 671 piezas informativas publicadas en seis medios españoles de diferente modelo profesional y amplio enfoque editorial. Los resultados dibujan un panorama mediático basado, por un lado, en la abundancia y correcta identificación de fuentes; y por otro, en la variedad y participación social. Se observa un creciente protagonismo de los activistas, así como un rol destacado de las fuentes científicas y expertas. Los resultados apuntan un aumento significativo de la especialización y calidad en la cobertura periodística del cambio climático.

Palabras clave: Periodismo, cambio climático, fuentes informativas, calidad periodística, especialización.

ENG Source management as a quality criterion in information on climate change. New roles for activists and experts in the Spanish coverage of post-pandemic Climate Summits (2021-2023)

Abstract. This work analyzes the management of sources as a quality criterion in climate change information, taking as a case study the journalistic coverage of the climate summits held during the post-pandemic period: Glasgow (2021), Sharm el Sheikh (2022) and Dubai (2023). To do this, three variables are reviewed —number, identification and typology— that connect with indicators such as credibility, pluralism or influence. The sample is made up of 671 informative pieces published in six Spanish media with different professional models and broad editorial focus. The results draw a media panorama based, on the one hand, on the abundance and correct identification of sources; and on the other, on the variety and participation of new actors. A growing role of activists is observed, as well as a prominent role of scientific and expert sources. The findings point to a significant increase in specialization and information quality in journalistic coverage of climate change.

Keywords: Journalism, climate change, information sources, journalistic quality, specialization.

Cómo citar: Sendra-Duro, E., y López-Rabadán, P. (2024). La gestión de fuentes como criterio de calidad en la información sobre el cambio climático. Nuevos roles de activistas y expertos en la cobertura española de las Cumbres del Clima pospandémicas (2021-2023). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 30(2), 375-386. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.95264>

1. Introducción

La problemática del cambio climático ha contado con un tratamiento mediático irregular durante décadas. A lo largo de los años 80 y 90, la cobertura

fue más bien discreta exceptuando la aprobación del Protocolo de Kioto (1997), tratado internacional cuyo objetivo es reducir las emisiones de efecto invernadero (Erviti-Ilundáin, 2018). En los años 2000, el lanzamiento del documental *Una verdad*

incómoda, protagonizado por el exvicepresidente de Estados Unidos Al Gore, y la entrega del premio Nobel de la Paz al Panel Intergubernamental de expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) de las Naciones Unidas (ONU) y al mismo Al Gore recibieron una importante atención mediática (Teso-Alonso y Lozano-Ascencio, 2022). Estos hitos reflejaron la fijación de los medios por los eventos de carácter internacional en la cobertura informativa del cambio climático.

No obstante, en los últimos años, la emergencia climática se ha consolidado como uno de los temas más presentes de la agenda mediática española (Parratt *et al.*, 2020). Esto se debe a la intensa movilización ecologista de la sociedad civil y al papel que desempeñan los medios y las redes sociales como altavoces, que lo sitúan como uno de los temas más importantes del panorama político y social a nivel internacional (Newman *et al.*, 2022). En este sentido, los medios de comunicación juegan un papel central en la alfabetización mediática y en la concienciación ambiental de la ciudadanía, que cada vez se muestra más sensibilizada (Damico *et al.*, 2018).

Dentro de este ámbito informativo, la celebración anual de las Conferencias de Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP), también conocidas como Cumbres del Clima, ha amplificado notablemente la cobertura mediática del cambio climático, especialmente desde la COP15 de Copenhague (2009) y la COP21 de París (2015), donde se firmó el acuerdo internacional para la adaptación climática que conlleva la reducción de emisiones de efecto invernadero.

El año 2019 fue el año con mayor cobertura de la crisis climática en España (Teso-Alonso y Fernández-Reyes, 2020). Sin embargo, la llegada de la COVID-19 colapsó la agenda mediática y dejó fuera de juego el debate climático (Stoddart *et al.*, 2021; Parratt y Carvalho, 2022). Así, la emergencia climática pasó a un segundo plano, pues la pandemia supuso un nuevo desafío para la sociedad y el periodismo (Fernández-Reyes, 2021). No sería hasta 2021, en un contexto pospandémico, cuando el cambio climático volviera a ocupar portadas y titulares, especialmente durante la celebración de las Cumbres del Clima (Teso-Alonso y Lozano-Ascencio, 2022).

El objetivo de este artículo es conocer el grado de especialización periodística en la cobertura informativa del cambio climático a través del análisis de la gestión de fuentes como criterio de calidad. En un contexto informativo marcado por la nueva normalidad pospandémica, una mayor preocupación social por el cambio climático y la problemática de la desinformación, esta investigación se plantea como una vía de estudio para conocer el grado de especialización periodística en este ámbito.

2. Marco teórico

2.1. La relevancia informativa de la información climática

En las dos últimas décadas, los asuntos relacionados con el cambio climático han ocupado un lugar más bien discreto en la agenda mediática, aunque de continua presencia en el tiempo (López-Rabadán y Casero-Ripollés, 2012; Fernández-Reyes *et al.*, 2015). Sin embargo, en los últimos años se detecta

un cambio de tendencia y la consolidación de la preocupación climática en los medios de información. Concretamente, 2019 fue el año con más cobertura de la crisis climática en España (Teso-Alonso y Fernández-Reyes, 2020). Esto se debe al éxito de movilizaciones de la sociedad civil, así como a la *celebrificación* de activistas ecologistas, convertidos en verdaderos prescriptores (*influencers*) climáticos. Ese mismo año, el periódico inglés *The Guardian* comenzó a emplear los términos “emergencia climática” y “crisis climática” para referirse al cambio climático y el Diccionario Oxford declaró “emergencia climática” palabra del año. Como consecuencia, se ha producido un aumento del interés y de la preocupación social por la emergencia climática en el mundo y en España, como indican los barómetros del CIS (2020, 2022).

En el ámbito académico, numerosas investigaciones afirman que los focos de atención mediática a la emergencia climática coinciden frecuentemente con eventos de política internacional, como la publicación de los informes del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) y, muy especialmente, de las Cumbres del Clima (Ahchong y Dodds, 2012; Fernández-Reyes *et al.*, 2015). Por ejemplo, Teso-Alonso *et al.* (2018) observaron el mayor pico de cobertura del año 2017 en la decisión política del presidente Donald Trump de retirarse de los acuerdos de la COP21 de París. Los siguientes focos de atención mediáticos serían la cobertura de fenómenos meteorológicos adversos, cada vez más frecuentes, y los hallazgos científicos (Jiménez-Gómez y Martín-Sosa-Rodríguez, 2021; Lozano-Ascencio, Franz-Amaral y Puertas-Cristóbal, 2022). Estos datos son monitorizados de forma global por el grupo de expertos del Media Climate Change Observatory (MeCCO) liderado por la Universidad de Colorado, del que también forman parte investigadores españoles (Fernández-Reyes *et al.*, 2017).

En el año 2020, la COVID-19 colapsó la agenda mediática y la emergencia climática pasó a un segundo plano informativo, pues la pandemia supuso un nuevo desafío para la sociedad y el periodismo (Fernández-Reyes, 2021). La crisis sanitaria sirvió para reconectar a la ciudadanía con la información sobre asuntos públicos, así como para revalorizar la profesión periodística (Casero-Ripollés, 2020). En este contexto, el cambio climático recuperó tímidamente la presencia informativa en la segunda mitad del año 2020 (Pearman *et al.*, 2020). En la actualidad, se ha producido un aumento gradual de la información sobre el cambio climático, especialmente durante la celebración de grandes foros políticos (Teso *et al.*, 2022).

Parratt, Mera y Carrasco (2020) subrayan que la agenda climática ha logrado superar el espacio tradicional de las secciones de medio ambiente para ganar presencia en otras secciones de la prensa generalista española, así como en suplementos especializados. Los ejemplos de esta transformación provienen de diferentes modelos profesionales y editoriales. Así, *El País* lanzó las secciones ‘Clima y Medio Ambiente’ y ‘Planeta Futuro’, especializadas en información climática. En paralelo, *El Mundo* abrió la sección ‘Sostenibles’ para informar de la transición ecológica y los cambios que deberá afrontar la política y la economía en este nuevo escenario climático.

En el ámbito de los medios nativos digitales, *elDiario.es* cuenta con la sección 'Clima' como uno de sus focos de prioridades editoriales. Asimismo, *El Confidencial* ha rebautizado la sección de medio ambiente con el nombre 'Planeta A' con el objetivo de profundizar en subtemas como clima y energía. Por su parte, en el ámbito de la prensa popular, *Okdiario* cuenta con la sección 'okgreen', que incorpora con frecuencia contenido patrocinado (*branded content*). Por último, *HuffingtonPost* cuenta con la etiqueta 'Planeta' para catalogar piezas informativas relacionadas con la emergencia climática.

2.2. Las COP como evento clave de la cobertura climática actual

Las cumbres anuales de Naciones Unidas tienen un efecto movilizador para los medios, pues constituyen el pico mediático de la agenda climática internacional, en parte debido a la relevancia de las decisiones gubernamentales y a la participación de líderes mundiales, actores institucionales y de la sociedad civil (Kunelius y Eide, 2012). Así, las cumbres son plataformas cruciales para establecer una agenda global en la lucha contra el cambio climático.

La COP25 de Madrid, que acogió España en 2019 ante la renuncia de Chile, catapultó la cobertura informativa en medios españoles (Teso-Alonso y Fernández-Reyes, 2020). Esta fue la última cumbre celebrada antes de la pandemia del COVID-19, decretada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) como emergencia de salud pública internacional en marzo de 2020. Año y medio más tarde, la COP26 de Glasgow (2021) resultó clave para la reactivación de la agenda climática. Este acontecimiento, rebautizado como "el siguiente París", provocó una gran atención mediática por las expectativas que generaban sus planteamientos iniciales (Tobin y Barritt, 2021). Asimismo, la COP27 de Sharm el Sheij (2022) y la COP28 de Dubái (2023) supusieron un nuevo hito en la consolidación del evento como referente absoluto de la cobertura informativa del cambio climático.

En conjunto, las conferencias reciben una amplia cobertura informativa, lo que contribuye a aumentar la conciencia sobre la gravedad de la crisis climática. Se trata de un estadio de comunicación política de primer nivel, motivo por el cual han recibido la atención de numerosos artículos académicos de amplio enfoque analítico. Por un lado, Painter *et al.* (2018) analizaron la cobertura informativa de la Cumbre de París a través de medios digitales identificando diferencias en la tematización respecto a la prensa tradicional. Por su parte, Elkhoully (2023) analizó la cobertura periodística de la COP27 de Sharm el Sheij en la prensa norteamericana y egipcia, hallando un interés informativo en las energías limpias, el crecimiento sostenible y la economía verde. En España, Erviti-Ilundáin y León (2021) analizaron la cobertura de la COP21 en medios españoles y extranjeros de ámbito digital, y destacaron que se trataba de una cobertura propia de la prensa española no condicionada por la línea editorial de los medios. Igualmente, Castillo-Esparcia y López-Gómez (2021) estudiaron el discurso y la visión partidista en medios estadounidenses durante la conferencia COP25 de Madrid e identificaron discursos negacionistas en los medios

cercanos al Partido Republicano. Así mismo, Moreno y Ruiz-Alba (2021) analizaron el papel de las grandes compañías energéticas en la misma cumbre. Más recientemente, Díaz-Echarri *et al.* (2024) identificaron el activismo, la proximidad y la polémica como elementos clave en el tratamiento informativo de la prensa española a la hora de abordar las Cumbres del Clima.

En definitiva, las cumbres son foco de atención mediática y de amplio interés para la comunidad investigadora. Su celebración anual permite establecer análisis longitudinales capaces de identificar tendencias en la cobertura informativa del cambio climático. Igualmente, su cobertura facilita la educación y la sensibilización social frente a este desafío global (Peralta-García y Ouariachi Peralta, 2015).

2.3. La gestión de fuentes como criterio de calidad en la información climática

La calidad informativa está influida por diversas cuestiones estrechamente relacionadas con las rutinas periodísticas (Saunders *et al.*, 2018). En este sentido, un aspecto determinante es la gestión de fuentes como proceso trascendente la producción y contraste de la información (Casero-Ripollés y López-Rabadán, 2013). Un proceso clave especialmente en un amplio contexto de desinformación, donde preocupa la propagación de información falsa y engañosa (Salaverría *et al.*, 2020; Pérez-Escoda y Pedrero-Esteban, 2021). Parratt *et al.* (2020) apuntan a la cantidad y a la diversidad de fuentes informativas como factores decisivos que influyen directamente en la calidad informativa del periodismo especializado en cambio climático. Así, una cobertura periodística óptima atenderá a criterios de cantidad, diversidad y pluralidad informativa (Franklin y Carlson, 2010). La ausencia de fuentes identificables y la carencia de contraste son síntomas de cierta dejación e inacción profesional (García-Galera *et al.*, 2020).

En este sentido, un conjunto cada vez mayor de fuentes compiten por establecer su perspectiva climática, incluidos científicos, activistas, políticos y actores económicos (Anderson, 2017). A medida que el cambio climático ha ido ganando terreno en la agenda mediática, los medios han pecado de una excesiva dependencia hacia las fuentes institucionales, pues los políticos son la fuente de información más citada (Shehata y Hopmann, 2012; Rueda-Úbeda, 2015), una tendencia que se repite en España (Arcila-Calderón *et al.*, 2015). Sin embargo, la supeditación periodística a fuentes oficiales puede privilegiar la voz de las élites en detrimento de las minorías (Comfort *et al.*, 2019). Pérez-Curiel *et al.* (2015) lo achacan al papel cada vez más importante de los gabinetes, que se han convertido en el referente informativo de muchas redacciones. Una práctica que denota pasividad por parte de los periodistas (Fernández-Sande *et al.*, 2020).

Si hay un colectivo damnificado por la excesiva institucionalización de las fuentes informativas, ése ha sido la comunidad científica, los verdaderos expertos en cambio climático (Abejón *et al.*, 2020). Para Carvalho (2009), la identificación de fuentes con la ciencia es una distinción que aporta especialización y calidad a la información climática. No

obstante, la propia comunidad científica considera que la calidad de la información publicada sobre la emergencia climática es deficiente, que se explica con poca profundidad y con ciertas dosis de sensacionalismo (Baquero y León, 2013). La figura del científico, a pesar de ser considerada como garantía de rigor y conocimiento en los medios de comunicación, no parece encontrarse en la misma posición que la esfera institucional (Vicente-Mariño y Vicente-Torrico, 2014).

Sin embargo, la hibridación digital parece haber ampliado el foco de fuentes disponibles para periodistas en los últimos años (Van Leuven *et al.*, 2018). Los medios han incorporado el contenido publicado en redes como una herramienta más a la gestión tradicional de fuentes (Benaïssa-Pedriza, 2018; Von Nordheim *et al.*, 2018). Esta hibridación está sirviendo para conectar campos profesionales y, más aún, como puente entre la tradición y la innovación periodística (Chua y Duffy, 2019). Del mismo modo, las redes sociales están facilitando la participación de nuevos expertos, ONG y activistas, actores que tradicionalmente ocupaban un rol más secundario (Odrizola-Chené y Pérez-Arozamena, 2023). En este sentido, Lück *et al.* (2016) consideran que los activistas proporcionan valor especializado a las piezas informativas en un entorno altamente institucional. Asimismo, la actividad de movimientos sociales y el activismo climático parece haber ganado apoyo público, lo que puede haber llevado a los medios a prestar más atención a sus peticiones y demandas (Amondarain, Barranquero y Arrilucea, 2022). Un claro ejemplo es el papel que han adquirido los llamados *influencers* climáticos, auténticos prescriptores, como la activista Greta Thunberg, que se han visto expuestos a una gran actividad pública y mediática (Hayes y O'Neill, 2021).

Casero-Ripollés y López-Rabadán (2013) proponen una serie de indicadores asociados a la gestión de fuentes como criterio para evaluar la calidad periodística y se centran en los efectos que provoca dicha información: credibilidad, influencia, pluralismo y participación. La inclusión de una variedad de perspectivas y testimonios fortalece la credibilidad de la información al evidenciar un proceso de contrastación adecuado. Asimismo, cuantas más fuentes y opiniones diferentes se consulten, mayor será el pluralismo y la participación social. En paralelo, el acceso profesional a fuentes relevantes y de renombre otorga a los periodistas un mayor nivel de influencia y prestigio.

En síntesis, la gestión de fuentes se presenta como indispensable para ofrecer al público una cobertura informativa de calidad, con más rigor y calidad. Estos son indicadores básicos para garantizar una información especializada sobre el cambio climático, además de fortalecer la capacidad de los medios para influir en la opinión pública y movilizar a la acción frente a este desafío global.

3. Metodología

3.1. Objetivos

El objetivo principal de este artículo es profundizar en el estudio de la gestión de fuentes como criterio de calidad profesional y de transformación de las rutinas periodísticas en la cobertura informativa de las Cumbres del Clima pospandémicas: Glasgow (COP26), Sharm el Sheij (COP27) y Dubái (COP28). A continuación, se desarrollan los objetivos específicos que se persiguen con este estudio:

- O1. Analizar el número de fuentes presentes en las piezas informativas.
- O2. Clasificar las fuentes presentes atendiendo al grado de identificación y visibilidad (correctamente, parcialmente identificada o velada).
- O3. Analizar la tipología de fuentes presentes, atendiendo a la diversidad y representatividad de las mismas.

Además, se plantean los siguientes objetivos secundarios que buscan complementar el estudio:

- O4. Examinar el papel de la hibridación digital como herramienta que conecta la tradición y la innovación periodística en la gestión de fuentes.
- O5. Identificar nuevas tendencias en la estrategia de gestión de fuentes y comparar entre modelos profesionales y diferente línea editorial.

3.2. Técnica

Para dar respuesta a los objetivos anteriores, se plantea un diseño metodológico cuantitativo basado en la realización de un análisis de contenido de la cobertura periodística del cambio climático en los medios españoles. Esta técnica permite una revisión y un registro sistemático de una muestra e identificar tendencias y ejemplos periodísticos significativos (Eiroa y Barranquero, 2017). Para ello, se propone un estudio empírico que examina las principales características en la gestión de fuentes, a partir de una actualización de los indicadores asociados a la calidad informativa del modelo metodológico de Casero-Ripollés y López-Rabadán (2013), intrínsecamente relacionados con la cobertura informativa del cambio climático. A través de tres variables (número, identificación y tipología de fuentes) se analizan los indicadores de calidad informativa asociados: credibilidad, influencia, pluralismo y participación. Así, a mayor cumplimiento de cada variable (mayor número, mejor identificación, mayor diversidad), mayor presencia del indicador de calidad asociado. No obstante, cabe destacar que el género periodístico empleado, así como la temática de la pieza, influyen directamente en el volumen de fuentes de cada texto periodístico (ver detalles en la Tabla 1).

Tabla 1. Variables de calidad para el análisis de fuentes.

Variable	Indicador de calidad informativa
1. Número total (multitud de fuentes presentes en la pieza) <ul style="list-style-type: none"> • Sin fuentes—una fuente (escasez) • Dos-tres fuentes (estándar profesional) • Cuatro fuentes • Cinco fuentes • Más de cinco fuentes 	<ul style="list-style-type: none"> • Credibilidad • Influencia
2. Tipo de identificación <ul style="list-style-type: none"> • Correctamente identificada (la fuente se identifica completamente) • Parcialmente identificada (la fuente es reconocida de forma genérica, omitiendo algunos aspectos de su identidad) • Fuente velada (la fuente no puede identificarse) 	<ul style="list-style-type: none"> • Credibilidad • Influencia
3. Tipología <ul style="list-style-type: none"> • Institucionales y políticas (líderes internacionales, responsables públicos y Administración) • Económicas (empresas, entidades financieras e instituciones de ámbito económico) • Científicas (investigadores, profesores y expertos en el campo científico) • Sistema mediático (periodistas, medios de comunicación, documentales, reportajes audiovisuales...) • Activistas (asociaciones ecologistas, ONG, reconocidos activistas y influencers) • Grupos de interés (lobbies, consultores, <i>think-tanks</i>, analistas y otros expertos) • Redes sociales (contenido publicado en la red) • Otros (ninguna de las anteriores) 	<ul style="list-style-type: none"> • Pluralismo • Participación

Fuente: elaboración propia a partir de la actualización del modelo de Casero-Ripollés y López-Rabadán (2013).

3.3. Muestra

En cuanto a la muestra de análisis, se ha optado por seleccionar una representación equilibrada y diversa de la cobertura informativa en España. Bolin y Hamilton (2021) subrayan la importancia de la diversidad de medios en el estudio de las diferentes perspectivas informativas del cambio climático. Por ello, este análisis toma como referencia la cobertura de la cumbre en seis medios españoles, de ámbito generalista, exclusivamente en su publicación digital, atendiendo a criterios de diversidad, variedad editorial y modelo profesional (Boykoff y Luedecke, 2016): prensa tradicional (*El País* y *El Mundo*), prensa digital (*elDiario.es* y *El Confidencial*) y prensa popular (*HuffingtonPost* y *Okdiario*).

La elección, en un primer bloque, de medios de referencia tradicionales como *El País* y *El Mundo* refleja la intención de examinar la perspectiva de los líderes en el ámbito informativo español, que han desempeñado un papel importante en la formación de la opinión pública. La inclusión en un segundo bloque de prensa nativa digital, representada por *elDiario.es* y *El Confidencial*, ofrece una visión contemporánea que refleja las dinámicas del periodismo en línea. Asimismo, la inclusión en un tercer bloque de la llamada prensa popular (Örnebring y Jönsson, 2004), representada por *Okdiario* y *HuffingtonPost*, busca explorar cómo los medios con enfoques comerciales abordan la temática del cambio climático en contextos más sensacionalistas o de entretenimiento.

Mientras que la prensa de élite se vincula con información de interés general, la prensa popular presenta un modelo de orientación comercial (Mellado, 2014). En el contexto actual, la prensa popular suele centrar sus publicaciones en contenido visualmente

llamativo, condicionada por la estrategia del *clickbait* (Bravo-Araujo *et al.*, 2020). Por ello la inclusión de la prensa popular en el estudio. Los seis medios seleccionados se incluyen en el listado de reputación mediática SCImago Media Rankings (SMR)¹, con una posición destacada entre los 50 primeros de ámbito nacional.

Con esta selección, se pretende encontrar similitudes y diferencias en la gestión de fuentes en medios de procedencia y características dispares, así como nuevas tendencias en la cobertura informativa con el foco en estrategias de hibridación digital.

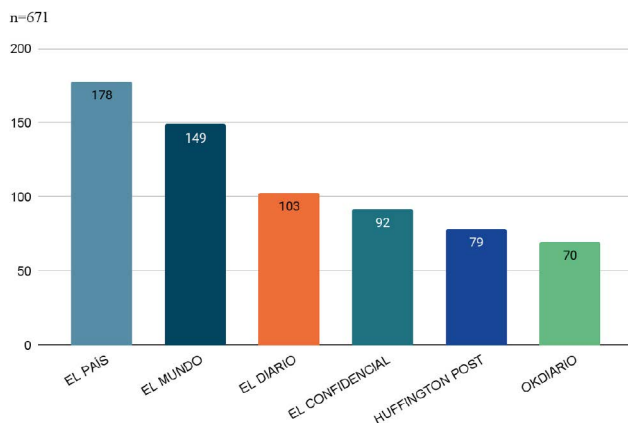
Puesto que las cumbres tienen una duración variable, el período de análisis del estudio se ha ampliado a un mes de duración, treinta días, con el objetivo de abordar también la previa al acontecimiento y el debate posterior generado tras la clausura. La búsqueda de piezas periodísticas se ha realizado a través de la plataforma digital MyNews, utilizando las palabras clave “COP26”, “COP27” y “COP28”. Para no condicionar la muestra, se ha realizado un filtro manual, excluyendo las piezas de agencias y otras piezas cuyo foco de interés no eran ni la Cumbre del Clima ni el cambio climático. En este sentido, cabe destacar los casos de *Okdiario* y *HuffingtonPost*, pues surgen dudas de que sus piezas no obtengan parte de la información desde agencias. No obstante, las piezas se han incluido en el análisis para conformar una muestra representativa y equilibrada de cada modelo profesional.

¹ *El País* y *El Mundo* encabezan el ranking en primero y segundo puesto, mientras que *elDiario.es* y *El Confidencial* ocupan la 15ª y la 22ª posición, respectivamente. Los medios *HuffingtonPost* y *Okdiario* ocupan la 27ª y la 44ª plaza.

4. Resultados

A grandes rasgos, la muestra indica un grado de seguimiento importante de las Cumbres del Clima en la prensa española. Así, la prensa tradicional acapara casi la mitad de la muestra total (48,7%), mientras que los medios nativos digitales representan un tercio del volumen de piezas informativas (29,1%). Por su parte, la prensa popular ocupa el tercer lugar, con un volumen del 22,2% de la muestra. En conjunto, se observa una cobertura significativa de las conferencias, especialmente de los medios de referencia y la prensa digital. El volumen de piezas es abundante y muy equilibrado por modelos profesionales. Por lo tanto, esta representación mediática sugiere que la emergencia climática es un tema relevante para los medios de comunicación en España y que la problemática trasciende las diferencias editoriales y profesionales entre este tipo de medios.

Gráfico 1. Muestra total COP26, COP27 y COP28.



Fuente: elaboración propia.

En términos generales, el protocolo de análisis de contenido nos permite obtener una visión general de la estructura informativa dominante en la cobertura mediática de las Cumbres del Clima. Las principales tendencias identificadas señalan, por un lado, un elevado número de fuentes informativas en las piezas informativas, así como una correcta identificación de las mismas. Así mismo, se observa un pluralismo amplio en la tipología de fuentes informativas, con un protagonismo creciente de las fuentes activistas y expertas en las noticias. Estos tres indicadores apuntan a una mayor especialización periodística en la materia, aunque con contrastes entre modelos profesionales.

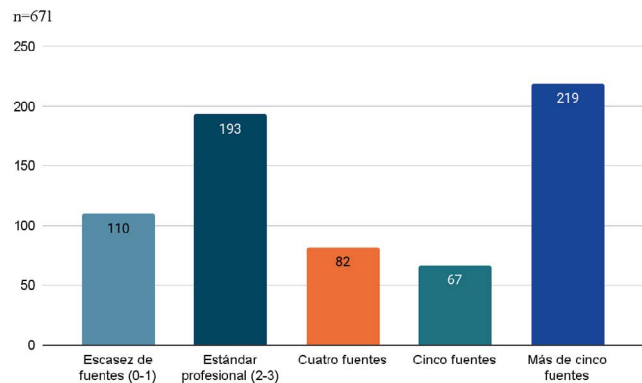
A continuación, se examinan de manera exhaustiva los resultados principales de la investigación.

4.1. Predominio de un elevado número de fuentes por pieza

Los resultados (Gráfico 2) indican que la escasez de fuentes (piezas sin fuentes o con únicamente una fuente) abarca el 16,4% del total de la muestra, con 110 piezas informativas. Las piezas que acumulan entre 2 y 3 fuentes representan el 28,8% de la muestra analizada y es el segundo grupo más numeroso de la muestra, con 193 piezas informativas. Las piezas con cuatro o cinco fuentes, representan el 12,2% y el 10%

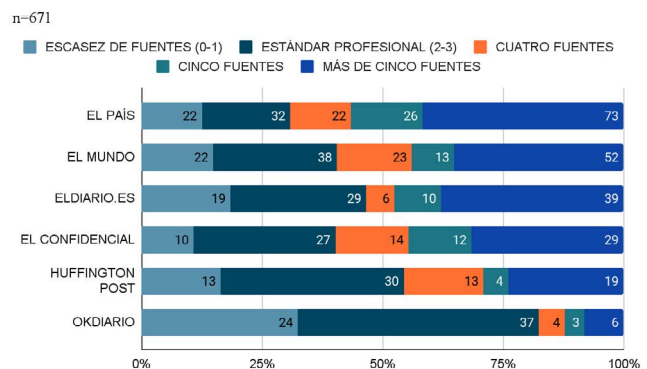
de la muestra, con 82 y 67 piezas, respectivamente. Se trata de dos grupos muy equilibrados en volumen de noticias. Por último, las piezas que incorporan seis o más corresponden a un generoso 32,6 % de la muestra, con 219 piezas informativas. Se trata del grupo más numeroso del corpus de noticias. En conjunto, las piezas informativas que superan las tres fuentes, por encima del estándar profesional, suponen el 54,8% del total. Un porcentaje importante que conlleva pluralidad y diversidad.

Gráfico 2. Número de fuentes por pieza (agregado).



Fuente: elaboración propia.

Gráfico 3. Número de fuentes por pieza en cada medio (agregado).



Fuente: elaboración propia.

Atendiendo a los resultados agregados, se identifican diferencias entre el volumen de fuentes consultadas por cada medio de comunicación (gráfico 3). En el ámbito de la prensa popular, *Okdiario* es el medio con menor número de fuentes consultadas. Las piezas con una o ninguna fuente representan más del 25% de su cobertura informativa. También es, porcentualmente, el medio con más piezas informativas dentro del estándar profesional (2-3 fuentes). Su cobertura general se sitúa, en más de un 80%, por debajo de las cuatro fuentes informativas. En cuanto a *HuffingtonPost*, su volumen principal de cobertura se ubica dentro del estándar profesional. En conjunto, entre las dos y las cinco fuentes se sitúa más del 60% de su cobertura informativa. Así mismo, cuenta con un importante número de piezas que superan las cinco fuentes.

En lo referente al ámbito de los medios digitales, *El Confidencial* presenta una cobertura informativa

equilibrada y con un buen número de referencias. Más del 60% de sus piezas informativas cuentan con cuatro o más fuentes de información. Destaca, en este sentido, el importante volumen de piezas de más de cinco fuentes, superior al 25%. También es, porcentualmente, el medio con menor número de piezas con escasez de referencias. Por su parte, *elDiario.es* presenta una cobertura similar, pero con mayor número de piezas que superan las cinco fuentes.

La prensa tradicional o de referencia representa la mayor cobertura informativa de las cumbres y el mayor número de referencias. Tanto *El País* como *El Mundo* superan las cuatro o más fuentes informativas en más del 60% de sus piezas informativas. Así mismo, *El País* se sitúa a la cabeza con mayor número de piezas que supera las seis fuentes informativas. En paralelo, *El Mundo* también acumula un buen número de piezas, dentro del estándar profesional (2-3 fuentes).

Con base en lo anterior, se identifica, por un lado, a la prensa popular, en un terreno próximo al estándar profesional (2-3 fuentes), mientras que los medios digitales y la prensa de referencia sobrepasan esta ratio, con un volumen de referencias mucho mayor (cuatro o más fuentes).

4.2. Estándar profesional basado en la correcta identificación de las fuentes

Los resultados globales en el análisis de la identificación de las fuentes señalan un cumplimiento general en la cobertura informativa de las Cumbres del Clima. Así, el 95,5 % de las fuentes son correctamente identificadas. Solo el 2,3% de las fuentes se identifican parcialmente y un anecdótico 2,2% de las fuentes son veladas y se oculta su procedencia. Una correcta identificación enlaza con criterios de calidad periodística, como la transparencia, la credibilidad y la influencia. Por ello, estos datos son positivos en tanto que reflejan un alto grado de transparencia informativa y de honestidad por parte de los medios de comunicación.

Este alto nivel de identificación de las fuentes refleja una ética periodística sólida y una mayor especialización. La transparencia en la procedencia de las fuentes es fundamental para construir la confianza del público y garantizar la credibilidad del contenido mediático. Además, esta práctica también contribuye a la rendición de cuentas y a la responsabilidad de los medios de comunicación ante su audiencia y la sociedad en general.

4.3. Tipología de fuentes: cargos institucionales y activistas copan la agenda

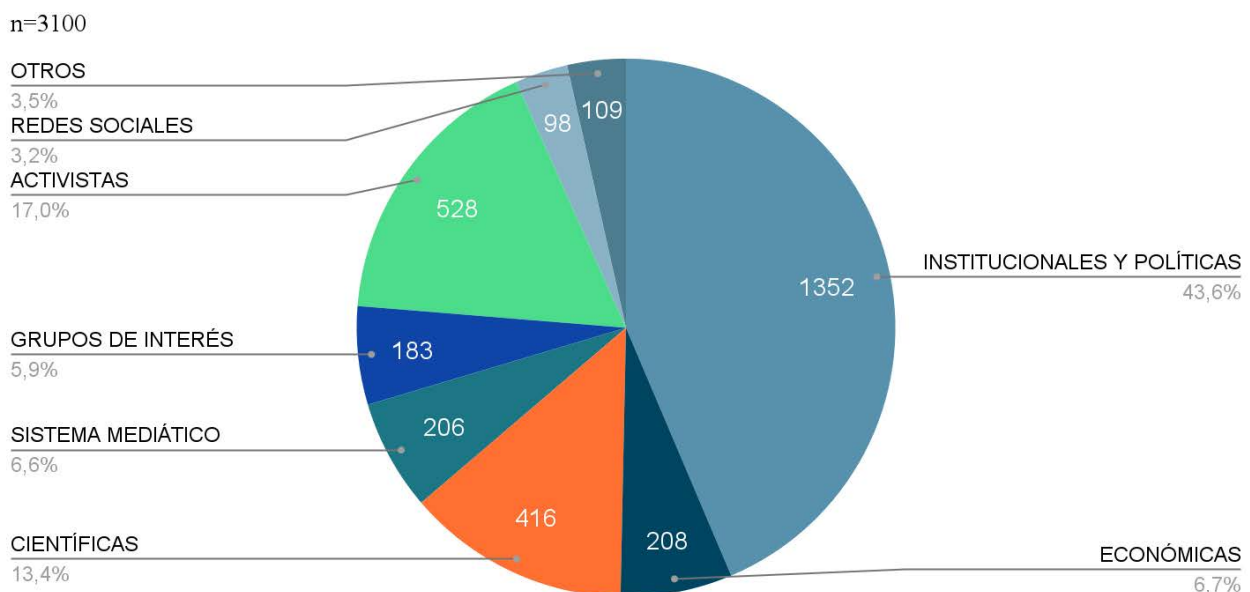
El análisis realizado refleja una clara tendencia hacia una cobertura informativa con una amplia diversidad de fuentes. Y, en consecuencia, una mayor pluralidad y participación de la sociedad en la agenda climática. Los resultados totales del análisis permiten identificar cuatro grandes niveles en la importancia de la tipología de fuentes.

Por un lado, los resultados muestran un primer nivel liderado por las fuentes institucionales y políticas (43,6%). Los datos apuntan a un elevado grado de dependencia de este tipo de fuentes por parte de los medios. Estas fuentes suelen ser cargos políticos y altos mandos de la administración pública, agencias gubernamentales y otras instituciones. La naturaleza de la cumbre, organizada por Naciones Unidas y el gobierno anfitrión, condiciona notablemente los interlocutores.

En un segundo nivel, se encuentra a los activistas (17%) y la comunidad científica (13,4%). Se trata de una tipología de fuentes de carácter más especializado y vinculado emocional y profesionalmente a la causa climática.

En un tercer nivel se encuentran las fuentes económicas (6,7%), las fuentes provenientes del sistema mediático (6,6%) y los grupos interés (5,9%). Por lo que se refiere a las fuentes económicas, están fundamentalmente protagonizadas por empresas, fondos de inversión y entidades financieras. En cuanto al sistema mediático, el grupo incluye fuentes relacionadas con otros medios o periodistas, especialmente de medios extranjeros.

Gráfico 4. Tipología de fuentes utilizadas (agregado).



Fuente: elaboración propia.

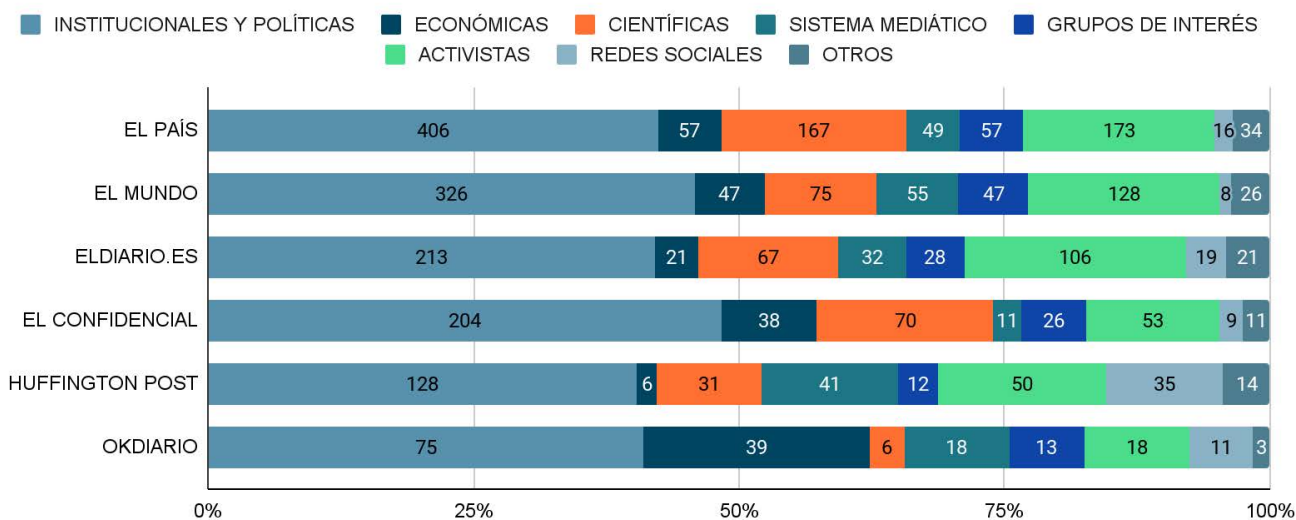
Finalmente, en un cuarto nivel, se ubican el resto de las tipologías analizadas: redes sociales (3,2%) y otros (3,5%). A pesar de que se trata de un porcentaje relativamente bajo, la presencia de fuentes provenientes de redes sociales muestra la creciente importancia de estas plataformas como fuente de información y como complemento en la redacción periodística. El grupo "otros" lo conforman voces

que no se adscriben en ninguna de las tipologías anteriores.

En el gráfico 5, se puede observar la tipología de fuentes referenciadas por cada medio en su cobertura informativa. Se identifican similitudes entre modelos periodísticos, así como algunos contrastes que pueden estar condicionados por diversos factores, como las rutinas profesionales o la orientación editorial.

Gráfico 5. Tipología de fuentes utilizadas por cada medio (agregado).

n=3100



Fuente: elaboración propia.

La prensa tradicional presenta un conjunto de referencias muy similar. Los contrastes más notorios son un mayor volumen de fuentes científicas en *El País* y un mayor valor porcentual de fuentes institucionales y políticas en *El Mundo*. En el caso de los medios digitales, *elDiario.es* acumula, porcentualmente, el mayor volumen de fuentes activistas, mientras que *El Confidencial* reúne el mayor volumen de fuentes institucionales y políticas. Así mismo, el primero destaca por el uso de redes sociales como fuentes, mientras que el segundo incorpora un número mayor de fuentes económicas. Por último, los medios populares también presentan diferentes matices. *Huffington Post* es el medio con mayor referencia a las redes sociales de toda la muestra analizada y acumula un buen volumen de referencias activistas. En contraste, *Okdiario* reúne el mayor volumen de fuentes de carácter económico, además de ofrecer la menor representación a la comunidad científica de toda la muestra. Aun así, coinciden ambos medios en mostrar una excesiva dependencia de fuentes del sistema mediático.

5. Discusión y conclusiones

El análisis realizado muestra una tendencia positiva que apunta a una mayor especialización del sector en la cobertura de la emergencia climática. Las cuatro variables contempladas en el estudio (credibilidad, influencia, pluralismo y participación), basadas en los indicadores propuestos por Casero-Ripollés y López-Rabadán (2013), permiten reconocer nuevas tendencias y contrastes entre medios de diferente naturaleza y enfoque profesional.

De acuerdo con los resultados (O1), es posible identificar tres niveles en la calidad de la cobertura informativa de los medios. Por un lado, la prensa tradicional tiende a mantener estándares de calidad más altos en la producción informativa: cobertura amplia, abundancia de fuentes, pluralismo y participación social. Por otro lado, los medios nativos digitales se sitúan en un eslabón inferior, pero con altos índices de calidad: cobertura media, pluralismo y participación. Por su parte, los medios populares muestran un estándar más ligero: menor cobertura, menor número de fuentes y mayor dependencia de otras publicaciones mediáticas y digitales. Asimismo, como se ha advertido en el apartado metodológico, surgen dudas de que parte de sus piezas se obtengan desde agencias.

En cuanto a la credibilidad e influencia, la correcta identificación de las fuentes (O2), en más de un 95% de las referencias de las 671 piezas analizadas, refleja altos estándares de calidad informativa, lo cual es imprescindible para generar confianza en la profesión periodística. Así mismo, la abundancia y variedad de fuentes presentes en las piezas informativas refleja una amplia perspectiva y evidencia pluralismo, algo fundamental para realizar una cobertura equilibrada y representativa socialmente.

En cuanto a la tipología de las fuentes utilizadas (O3), esta investigación confirma la excesiva dependencia de fuentes institucionales y políticas por parte de los medios españoles (43,6%), en sintonía con otras investigaciones anteriores (Eide *et al.*, 2010; Abejón *et al.*, 2020). Sin embargo, esta dependencia de la esfera institucional no parece entorpecer

la participación mediática de otros actores minoritarios o vulnerables (Comfort *et al.*, 2019). De hecho, los resultados identifican una presencia relevante de las fuentes activistas en la información del cambio climático. Activistas constituyen el segundo grupo de fuentes más numeroso, con el 17%. Este dato supondría un incremento de siete puntos respecto a otros estudios, que los situaban en niveles inferiores (Abejón *et al.*, 2020; Rueda-Úbeda, 2015). El aumento de la actividad social del activismo climático parece haber ganado apoyo público, lo que puede haber llevado a los medios a prestar más atención a sus reivindicaciones (Amondarain, Barranquero y Arrilucea, 2022). Así, estos datos confirman que ha aumentado la visibilidad de las perspectivas activistas en la cobertura informativa del cambio climático.

Por otra parte, la identificación de fuentes informativas con la ciencia y los científicos es una distinción que aporta rigor y credibilidad a la información climática, así como un mayor grado de especialización periodística (Carvalho, 2009). Los resultados sitúan a los científicos en tercera posición, con el 13,4%, ligeramente por debajo de otros trabajos académicos (Abejón *et al.*, 2020), aunque cabe subrayar que muchos organismos públicos nutren su discurso mediático de datos científicos. Esto podría deberse a la expansión y crecimiento de agencias e institutos científicos que dependen de instituciones. En paralelo, se detecta una importante correa de transmisión entre las fuentes activistas y las fuentes científicas. Es el caso de la organización Scientist Rebellion (Thompson, 2021), un colectivo ecologista formado por investigadores.

En cuotas inferiores, se encuentran las fuentes económicas (6,7%) y mediáticas (6,6%), así como los grupos de interés (5,9%). En estas tipologías se incluyen analistas, consultores y otros expertos que generan información de calidad (estudios, informes, publicaciones...), siempre necesaria para contrarrestar diferentes acciones políticas o conocer otras perspectivas del fenómeno. En conjunto, las fuentes expertas (científicas, económicas y grupos de interés) representan el 26% de las fuentes analizadas. Su inclusión en la cobertura mediática ayuda a aumentar la calidad y la precisión de la información presentada, ya que aportan un alto nivel de conocimiento y experiencia.

Las referencias al activismo y la ciencia son transversales en medios de comunicación de diferente editorial y modelo profesional, aunque con mayor envergadura en la prensa tradicional y la digital. Por otro lado, la tendencia de la prensa digital y popular a aprovechar el contenido publicado en la red (O4), principalmente explotada por activistas (Carrasco-Polaino *et al.*, 2022), en contraste con los medios tradicionales, puede explicarse por varios factores. En primer lugar, los medios digitales están completamente integrados en el entorno en línea y son más receptivos a las oportunidades que ofrecen las redes para la hibridación digital. En segundo lugar, los medios populares a menudo se centran en contenido visualmente llamativo y titulares impactantes para generar tráfico en línea. Por ello, aunque aprovechen el contenido de la red, también existe el riesgo de que no esté completamente verificado o sea engañoso. En este sentido, es importante que los medios sean diligentes en la verificación y en la

contextualización del contenido obtenido de las redes sociales.

Como conclusión, el análisis de la gestión de fuentes en la cobertura de las Cumbres del Clima pospandémicas reflejó las prioridades y los desafíos del periodismo posterior a la pandemia (O5): más pluralidad, más participación y mayor especialización periodística. El cambio climático es el desafío más importante al que se enfrenta la sociedad contemporánea y el periodismo apunta a una transformación a la hora de abordarlo. Los medios españoles están mostrando un compromiso con la información climática, así como una voluntad de visibilizar y dar voz a los diferentes actores que conforman el debate climático. Estos datos reflejan una tendencia positiva de la prensa española, que traspasa modelos profesionales y líneas editoriales, y que puede ayudar a mantener la confianza y credibilidad de la ciudadanía en la profesión periodística, especialmente en un contexto de desinformación que no es ajena al cambio climático.

Sin embargo, este estudio, también presenta algunas limitaciones. En nuevos trabajos será necesario diferenciar entre géneros informativos y filtrar al máximo las piezas de agencia. La tendencia positiva que se desprende de los resultados es una buena noticia que permite mirar con optimismo al futuro del periodismo, en vía de una mayor especialización. En próximas investigaciones será necesario prestar atención al papel que juegan otros medios, como las plataformas de verificación (*fact-checking*) en la verificación informativa, así como profundizar en el análisis del discurso mediático desde los estudios de encuadre (*framing*).

5. Referencias bibliográficas

- Abejón, P., Carrasco, R., Cabedo, J. y Mera, M. (2020). Los políticos como fuentes de la información sobre cambio climático. Comparativa entre los digitales El País y ABC. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26 (4), 1283-1293. <http://dx.doi.org/10.5209/esmp.68175>
- Amondarain, A., Barranquero, A., y Arrilucea, A. (2022). La construcción mediática de los movimientos juveniles frente al cambio climático. Fridays for Future y Extinction Rebellion en la prensa de referencia en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28 (3), 497-509. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.80710>
- Anderson, A. (2017). Source Influence on Journalistic Decisions and News Coverage of Climate Change. Oxford Research Encyclopedia of Climate Science. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/ACREFO-RE/9780190228620.013.356>
- Ahchong, K., y Dodds, R. (2012). Anthropogenic climate change coverage in two Canadian newspapers, The Toronto Star and The Globe and Mail, from 1988 to 2007. *Environmental Science and Policy*, 15(1), 48–59. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2011.09.008>
- Arcila-Calderón, C., Freyle-Granados, J., y Mercado, M. T. (2015). De la Cumbre de Nairobi (2006) a Copenhague (2009): cobertura del cambio climático en medios digitales en español. *Cuadernos. info*, (37), 107-119. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.37.779>

- Baquero, E. y León, B. (2013). "El rigor científico de las informaciones sobre el cambio climático". En León, B. (ed.), *El periodismo ante el cambio climático*. Nuevas perspectivas y retos. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya, 123-140.
- Benaissa-Pedriz, S. (2018). Las redes sociales como fuente de información periodística en la prensa digital española ('El País', 'El Mundo', 'La Vanguardia' y 'ABC'). *index.Comunicación*, 8(3), 13-42.
- Bravo-Araujo, A., Serrano-Puche, J., y Novoa Jaso, M.F. (2021). Uso del clickbait en los medios nativos digitales españoles. Un análisis de El Confidencial, El Español, elDiario.es y Okdiario. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 7: 185-210. <https://doi.org/10.7203/rd.v1i7.184>
- Bolin, J. L., y Hamilton, L. C. (2018). The news you choose: News media preferences amplify views on climate change. *Environmental Politics*, 27(3), 455-476. <https://dx.doi.org/10.1080/09644016.2018.1423909>
- Boykoff, M. y Luedecke, G. (2016). *Elite News Coverage of Climate Change*. Oxford Research Encyclopedia of Climate Science. Oxford University Press. <https://doi.org/gc3gnh>
- Carvalho, A. (2009). Culturas ideológicas y discursos mediáticos sobre la ciencia: relectura de noticia sobre cambio climático. *Infoamérica: Iberoamerican Communication Review*, (1), 25-47.
- Carrasco-Polaino, R., Lafuente-Pérez, P., y Luna-García, Á. (2022). Twitter como canal para el activismo hacia el cambio climático durante la COP26. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28 (3), 511-523. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.80647>
- Casero-Ripollés, A. (2020). Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *Profesional de la información*, 29(2), e290223. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>
- Casero-Ripollés, A. y López-Rabadán, P. (2013). La gestión de fuentes informativas como criterio de calidad periodística. En J. L. Gómez-Mompart, J. F. Gutiérrez Lozano, y D. Palau-Sampio (Eds.), *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales* (pp. 73-90). Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I, Universitat Pompeu Fabra y Universitat de València.
- Castillo-Esparcia, A. y 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>
- Centro de Investigaciones Sociológicas, CIS (2020). Barómetro de enero de 2020. Avance de resultados. <https://www.cis.es/es/detalle-ficha-estudio?idEstudio=14482>
- Centro de Investigaciones Sociológicas, CIS (2022). Barómetro de noviembre de 2022. Avance de resultados. <https://www.cis.es/es/detalle-ficha-estudio?idEstudio=14673>
- Chua, S., y Duffy, A. (2019). Friend, Foe or Frenemy? Traditional Journalism Actors' Changing Attitudes towards Peripheral Players and Their Innovations. *Media and Communication*, 7(4), 112-122. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i4.2275>
- Comfort, S. E., Tandoc, E., y Gruszczynski, M. (2020). Who is heard in climate change journalism? Sourcing patterns in climate change news in China, India, Singapore, and Thailand. *Climatic Change*, 158(3), 327-343. <https://doi.org/10.1007/s10584-019-02597-1>
- Damico, J. S., Baildon, M., y Panos, A. (2018). Media literacy and climate change in a post-truth society. *Journal of Media Literacy Education*, 10(2), 11-32. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2018-10-2-2>
- Díaz-Echarri, O., Iturregui-Mardaras, L., y Cantalapedra-González, M.J. (2023). Elementos que condicionan la noticiabilidad de los principales hitos informativos en materia climática: análisis de El País y El Mundo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 30 (1), 49-60. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.92798>
- Eide, E., Kunelius, R., y Kumpu, V. (2010). Global climate-local journalisms: A Transnational Study of how Media make Sense of Climate Summits. Projektverlag.
- Eiroa, M., y Barranquero, A. (2017). Metodologías de investigación en la comunicación y sus medios. Síntesis.
- Elkhouly, S. (2023). The treatment of Egyptian and American electronic newspapers on the topics of climate change "an analytical study in the light of the COP 27 climate conference". *Journal of Mass Communication Research "JMCR"*, 65(2), 797-877. <https://doi.org/10.21608/jsb.2023.193262.1562>
- Erviti-Ilundáin, M. C. (2018). El cambio climático en la agenda mediática: alertas, silencios y controversias. En D. Rodrigo, P. de Casas, y P. Toboso (Eds.), *Los medios de comunicación como difusores del cambio climático* (pp. 67-86). Egregius.
- Erviti-Ilundáin, M. C., y León, B. (2021). Spain is different. Cobertura en línea de la cumbre del clima de París en cinco países. *Cuadernos.info*, 49, 166-191. <https://doi.org/10.7764/cdi.49.27877>
- Fernández-Reyes, R., Piñuel-Raigada J.L., y Águila-Coghlan, J.C.. (2017). Contraste de La cobertura periodística del cambio climático y del calentamiento global en España y en el ámbito internacional: IV-V Informes del IPCC y Bali-Copenhague-París. *Revista Latina De Comunicación Social*, 72, 1165-85. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1213>
- 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. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1038>
- Fernández-Reyes, R. (2021). La comunicación de la crisis climática en tiempos de crisis sanitaria. En D. Rodrigo-Cano, R. Mancinas-Chávez, y R. Fernández-Reyes (Eds.), *La comunicación del cambio climático, una herramienta ante el gran desafío* (pp. 124-164). Dykinson.
- Fernández-Sande, M., Chagas, L., y Kischinhevsky, M. (2020). Dependencia y pasividad en la selección de fuentes informativas en el periodismo radiofónico en España. *Revista Española De Do-*

- cumentación Científica*, 43(3), e270. <https://doi.org/10.3989/redc.2020.3.1712>
- Franklin, B., y Carlson, M. (2010). *Journalists, Sources, and Credibility: New Perspectives*. New York: Routledge Chapman & Hall.
- García-Galera, M. C., Del-Hoyo-Hurtado, M., y Blanco-Alfonso, I. (2020). Desinformación e intención comunicativa: una propuesta de clasificación de fake news producidas en entornos periodísticos profesionales. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 11(2), 105-118. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.16>
- Hayes, S. y Saffron O'Neill (2021). The Greta effect: Visualising climate protest in UK media and the Getty images collections. *Global environmental change*, 71, 102392. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2021.102392>
- Jiménez-Gómez, I., y Martín-Sosa-Rodríguez, S. (2021). Cobertura en la prensa europea de la adaptación de las ciudades a las olas de calor y al cambio climático. *Revista Mediterránea de Comunicación/ Mediterranean Journal of Communication*, 12(1), 45-63. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM000024>
- Kunelius R., y Eide E. (2012). Moment of hope, mode of realism: on the dynamics of a transnational journalistic field during UN climate change summits. *International Journal of Communication*, 6, 266-285. <https://bit.ly/3HI8PuO>
- López-Rabadán, P., y Casero-Ripollés, A. (2012). La evolución de la agenda mediática española (1980-2010). Un análisis longitudinal de la portada de la prensa de referencia. *Revista Latina de comunicación social*, 67, 470-493. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2012-964>
- Mellado, C. (2015). Professional roles in news content: six dimensions of journalistic role performance. *Journalism Studies*, 16 (4), 596-614. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.922276>
- Moreno, J.A., y Ruiz-Alba, N. (2021). ¿Periodismo o greenwashing? Patrocinadores de la COP25 Chile-Madrid en la prensa española. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 12(2), 285-300. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.19089>
- Molina-Cañabate, J.P. y Magallón-Rosa, R. (2020). Desinformación y periodismo científico. El caso de Maldita Ciencia. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 11(2), 11-21. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.4>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C., Eddy K., y Rasmus K.N. (2023). Reuters Institute digital news report 2023. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://bit.ly/3Fw9FZ5>
- Lozano-Ascencio, C., Franz-Amaral, M., y Puertas-Cristóbal, E. (2022). Las catástrofes y los desastres en las noticias sobre el cambio climático en España de 2019 a 2021. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28 (3), 537-548. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.80591>
- Lück, J., Wozniak, A., y Wessler, H. (2016). Networks of Coproduction: How Journalists and Environmental NGOs Create Common Interpretations of the UN Climate Change Conferences. *The International Journal of Press/Politics*, 21(1), 25-47. <https://doi.org/10.1177/1940161215612204>
- Odrizola-Chéné, J., y Pérez-Arozamena, R. (2023). Las fuentes en el sistema híbrido de medios: la cobertura de la desigualdad en la pandemia. *Revista de Comunicación*, 22(2), 399-416. <https://dx.doi.org/10.26441/rc22.2-2023-3236>
- Örnebring, H. y Jönsson, A. M. (2004). Tabloid journalism and the public sphere: A historical perspective on tabloid journalism. *Journalism Studies*, 5(3), 283-295. <https://doi.org/10.1080/1461670042000246052>
- Painter, J., Kristiansen, S., y Schäfer, M. S. (2018). How 'digital-born' media cover climate change in comparison to legacy media: A case study of the COP 21 summit in Paris. *Global Environmental Change*, 48, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2017.11.003>
- Parratt-Fernández S., y Carvalho, A. (2022). Comunicar sobre la crisis climática en la era Covid-19: conexiones, innovaciones y nuevos retos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28 (3), 479-482. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.83377>
- Parratt, S., Mera, M., Carrasco, R. (2020). Calidad informativa en la cobertura del cambio climático en prensa digital española: periodismo interpretativo, fuentes y autoría, en De Vicente, A. y Abuín, N. (coords.). La comunicación especializada del siglo XXI. McGraw Hill, pp. 383-402.
- Parratt-Fernández, S., Mera-Fernández, M., y Carrasco-Polaino, R. (2020). La relevancia del cambio climático en la prensa española: análisis comparativo de El País, El Mundo y ABC. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 15 (2), 625-648. <https://doi.org/10.14198/OBETS2020.15.2.09>
- Pearman, O., Boykoff, M., Osborne-Gowey, J., Aoyagi, M., Ballantyne, A.G., Chandler, P., Daly, M., Doi, K., Fernández-Reyes, R., Jiménez-Gómez, I., et al. (2021). COVID-19 Media Coverage Decreasing despite Deepening Crisis. *Lancet Planet*, 5, (6-7). [http://doi.org/10.1016/S2542-5196\(20\)30303-X](http://doi.org/10.1016/S2542-5196(20)30303-X)
- Peralta-García, L., y Ouariachi-Peralta, 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.2015.498>
- Pérez-Curiel, C., Gutiérrez-Rubio, D., Sánchez-González, T., y Zurbano-Berenguer, B. (2015). El uso de fuentes periodísticas en las secciones de Política, Economía y Cultura en el periodismo de proximidad español. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21, 101-117. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.50661
- Pérez-Escoda, A. y Pedrero-Esteban, L.M. (2021). Retos del periodismo frente a las redes sociales, las fake news y la desconfianza de la generación Z. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 67-85. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1519>
- Rueda-Úbeda, A. (2015). El discurso político y el tratamiento periodístico del cambio climático en la prensa española durante las Conferencias de las Partes de Naciones Unidas: de Copenhagen (2009) a Varsovia (2013). Valencia: Universidad CEU Cardenal Herrera.

- Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., y Erviti-Ilundáin, M. C. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19. *Profesional de la información*, 29 (3), e290315. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>
- Sanahuja-Sanahuja, R.; y López-Rabadán, P. (2022). La gestión de fuentes como criterio de calidad en el periodismo de verificación. Uso y tendencias en la cobertura de la COVID-19 en España. *Hipertext.net*, 24, 9-22. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2022.i24.02>
- Sanahuja-Sanahuja, R. y López-Rabadán, P. (2023). Combatir la desinformación desde la gestión de fuentes: comparativa entre modelos periodísticos en el contexto del COVID-19. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 446-473. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1914>
- Saunders, C., Grasso, M. T., y Hedges, C. (2018). Attention to climate change in British newspapers in three attention cycles (1997–2017). *Geoforum*, 94, 94-102. <https://doi.org/gdxx66>
- Schäfer M. S., y Painter J. (2021). Climate journalism in a changing media ecosystem: Assessing the production of climate change-related news around the world. *WIREs Climate Change*, 12, e675. <https://doi.org/10.1002/wcc.675>
- Shehata A. y Hopmann D.N. (2012). Framing climate change: A study of U.S. and Swedish press coverage of global warming. *Journalism Studies*, 13(2): 175–192. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2011.646396>
- Stoddart, M.C.J.; Ramos, H.; Foster, K.; y Ylä-Anttila, T. (2021). Competing Crises? Media Coverage and Framing of Climate Change During the COVID-19 Pandemic. *Environmental Communication*, 2021, 1–17 <https://doi.org/10.1080/17524032.2021.1969978>
- Teso-Alonso, G., Fernández-Reyes, R., Gaitán-Moya, J.A., Lozano-Ascencio, Carlos, y Piñuel-Raigada, J.L. (2018). Comunicación para la sostenibilidad: el cambio climático en los medios. Fundación Alternativas. <https://bit.ly/3p4IA6J>
- Teso-Alonso, M., y Fernández-Reyes, R. (2020). Las Imágenes de las Movilizaciones Climáticas Juveniles en la Prensa y la Televisión en España. *Historia Ambiental Latinoamericana y Caribeña (HALAC) Revista De La Solcha*, 10 (3), 108-149. <https://doi.org/10.32991/2237-2717.2020v10i3.p108-149>
- 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://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1531>
- Thompson, T. (2021). Scientist rebellion: researchers join protesters at COP26. *Nature*, 599(7885), 357. <https://doi.org/10.1038/d41586-021-03430-5>
- Tobin, P., y Barritt, J. (2021). Glasgow's COP26: The Need for Urgency at 'The Next Paris'. *Political Insight*, 12(3), 4-7. <https://doi.org/10.1177/20419058211044997>
- Van Leuven, S., Kruike-meier, S., Lecheler, S., y Hermans, L. (2018). Online and newsworthy: Have online sources changed journalism?. *Digital Journalism*, 6(7), 798-806. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1498747>
- Vicente-Mariño, M., y Vicente-Torrico, D. (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://doi.org/10.15178/va.2022.155.e1311>
- Von-Nordheim, G.; Boczek, K.; Koppers, L. (2018). Sourcing the sources: An analysis of the use of Twitter and Facebook as a journalistic source over 10 years in The New York Times, The Guardian, and Süddeutsche Zeitung. *Digital Journalism*, 6(7), 807-828. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1490658>

Enric Sendra-Duro. Doctorando en Ciencias de la Comunicación en la Universitat Jaume I. Graduado en Periodismo por la misma universidad. Máster en Análisis Político y Asesoría Institucional por la Universitat de Barcelona y también estudios de posgrado en Comunicación Política por la Universitat Autònoma de Barcelona. Actualmente es profesor asociado en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I y director de comunicación de la Xarxa Vives d'Universitats. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8569-2709>

Pablo López-Rabadán. Licenciado en Periodismo por la Universitat Autònoma de Barcelona y doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Rey Juan Carlos. Actualmente es profesor titular en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I y vicedecano del Grado en Periodismo en esa misma universidad. Sus líneas de investigación se centran en la transformación digital del periodismo especializado y el impacto de las redes sociales en la comunicación política. Su producción científica comprende más de 50 publicaciones entre artículos, capítulos y libros colectivos. Ha sido investigador visitante en diversas universidades europeas (Cardiff, Westminster y Firenze) y americanas (Valparaíso y Boston). En 2017 obtuvo el Premio Drago de la Revista Latina de Comunicación Social. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4828-4933>